

Tomi Ruokonen

UUDEN VENETYYPIN KEHITYSPROSESSI

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Kone- ja tuotantotekniikan koulutusohjelma
Huhtikuu 2014**

TIIVISTELMÄ

Yksikkö	Aika	Tekijä/tekijät
Kokkola-Pietarsaaren yksikkö	Huhtikuu 2014	Tomi Ruokonen
Koulutusohjelma		
Kone- ja tuotantotekniikka		
Työn nimi		
UUDEN VENETYYPIN KEHITYSPROSESSI		
Työn ohjaaja	Sivumäärä	
KTM Kalle Myllykangas, KTT Pekka Nokso-Koivisto	43	
Työelämäohjaaja		
-		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää markkinoille uusi venetyyppi, jota sellaisenaan ei vielä valmistettu. Työssä tehtiin laaja taustaselvitys venealan tilanteesta ja muista venevalmistajista.</p> <p>Opinnäytetyön edetessä tutustuttiin osakeyhtiölakiin, kirjanpitolakiin, verotukseen, vakuutuksiin, yritysidean suojaamiseen, sosiaaliturvaan, rahoitukseen, venesuunnitteluun, CE-hyväksyntään, veneenvalmistukseen, markkinointiin sekä myyntiin. Opinnäytetyön aikana on käyty kursseilla ja alan tapahtumissa.</p> <p>Opinnäytetyön aikana on perustettu osakeyhtiö nimeltä TiTo Boats Oy. Sille on haettu rahoituksia, vakuutuksia ja lainoja. Sille on opinnäytetyön aikana palkattu tilitoimisto. Opinnäytetyön aikana on suunniteltu uusi venetyyppi ja siitä on tehty renderöidyt mainos- ja myyntikuvat esitteitä ja ennakkomyyntiä varten. Työssä on tehty selvitys segmentin markkinoista haastatteleamalla veneiden jälleenmyyjä ja mahdollisia veneen omistajia.</p> <p>Työn tuloksena on toimiva osakeyhtiö, joka on lähes valmis myymään valmistamiaan alumiiniveneitä.</p>		
Asiasanat		
lanseeraus, markkinointi, myynti, perustaminen, suunnittelu, vene, yhtiö, yrittäjä		

ABSTRACT

Unit	Date	Author/s
Kokkola-Pietarsaari	April 2014	Tomi Ruokonen
Degree programme		
Mechanical and production engineering		
Name of thesis		
THE DEVELOPMENT PROCESS OF A NEW BOAT TYPE		
Instructor	Pages	
Kalle Myllykangas, Pekka Nokso-Koivisto	43	
Supervisor		
-		
<p>The purpose of this thesis work was to develop a new type of boat that as such is not manufactured yet. An ample research on the current state of the boating industry and also on the other boat manufacturers was made.</p> <p>As the thesis work progressed, corporate law, accounting law, taxation, insurances, protecting a business idea, social security, funding, boat designing, CE-proofing, boat manufacturing, marketing and sales were explored. During the thesis work courses and industry events were attended.</p> <p>During this thesis work a limited company called TiTo Boats Oy has been established. Funding, insurances and loans have been applied for and an accounting office has been hired. During this thesis work a new type of boat has been designed and renderings for advertising and presales have been made. During this thesis work a market report has been made on the markets of our segment by interviewing boat dealers and possible boat owners.</p> <p>The result of this thesis work is a functional limited company that is nearly ready to manufacture and sell aluminum boats.</p>		
Key words		
boat, company, designing, entrepreneur, incorporate, launching, marketing, sales		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

AluFibre TM	Silver veneiden tuotemerkki joka tarkoittaa kaksoismateriaalirakennetta veneissä
alumiini	alumiini on kevyt, sitkeä, korroosiota kestävä, sähköä ja lämpöä johtava, maasta saatava metalli
ansiotulo	ansiotuloksi käsitetään palkka, eläke, yritystulo, jotkin etuudet ja korvaukset
ballasti tankki	vesitankki ylimääräisen painon saavuttamiseksi veneessä tai laivassa
CAD-kuva	CAD (engl. Computer-aided design), tietokoneavusteisesti tuotettu suunnittelupiirustus
ELY-keskus	elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
ETA-alue	Euroopan talousalue joka käsittää EU:n jäsenmaat ja lisäksi Islannin, Liechtensteinin ja Norjan
facelift	tuotteeseen tehtävä pieni, vaikkapa pelkkään ulkonäköön vaikuttava, halpa parannus jolla pyritään pitämään asiakkaan mielenkiintoa tuotteeseen yllä
jigi	teline joka pitää kappaleet paikallaan toimenpiteitä varten
katamaraani	kaksirunkoinen vesialus
karttaplotteri	GPS- (engl. Global Positioning System) tekniikkaan perustuva paikannuslaite jossa oma sijainti näkyy merikarttapohjan päällä
lasikuitu/ lujitemuovi	kevyt, vedenkestävä, joustava, korrosoitumaton ja lahoamaton komposiittimateriaali jota käytetään laajalti veneteollisuudessa
laskeutumissivu	verkkosivuston osa jonne asiakkaat päätyvät markkinoinnin seurauksena
LTS	liiketoimintasuunnitelma joka kuvailee liikeidean, yhtiön toiminnan tarkoituksen, strategian, markkinat sekä taloudellisen ja rahoituksellisen ennusteen
markkinointisuunnitelma	suunnitelma joka käsittää tavoitteen, tavan, tavoiteryhmän, työkalut, vahvuudet, arvot ja budjetin
nettovarallisuus	nettovarallisuus lasketaan vähentämällä yrityksen varoista yrityksen velat

omistajayrittäjä	luonnollinen henkilö, joka omistaa yksin tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa vähintään 10 % yhtiön osakkeista tai jolla on yksin tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa vähintään 10 % yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamasta äänimäärästä
one-off	yksittäistuotantona suunniteltu ja tuotettu kappale
osakkeen matemaattinen arvo	osakkeen matemaattinen arvo lasketaan jakamalla yhtiön tarkistettu nettovarallisuus ulkona olevien osakkeiden lukumäärällä
osinko	yrityksen omistajilleen jakama voitto-osuus
peilaaminen	myyntitekniikka jossa omaa käytöstä säädetään asiakkaan käytöksen mukaan
progressiivinen vero	asteittain kasvava vero, jossa veroprosentti nousee tulon kasvaessa
prokuristi	kaupparekisteriin merkitty elinkeinonharjoittaja voi valtuuttaa määrätyn henkilön nimenkirjoitusoikeudelliseksi, prokuristiksi
propulsio	käyttö- tai työntövoima
pääomatulo	tulo jonka varallisuus kerryttää, esimerkiksi huoneisto-osakkeesta saatava vuokra
renderöinti	kuvan luomista tietokoneohjelman avulla
RIB	(engl. rigid inflatable boat.) ponttoonikumivene jossa on jäykämateriaalinen pohja
rotaatiovalu	pyörivää muottia hyödyntävä muovivalumenetelmä jolla tuotetaan onttoja kappaleita
segmentointi	markkinointistrategia jossa kohdemarkkinat jaetaan useisiin osiin erilaisten asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseksi
solmu	nopeuden yksikkö, 1 solmu = 1 merimaili tunnissa, merimaili=1852 metriä
sopimustyönantaja	jos työnantaja maksaa säännöllisesti palkkaa ja hänellä on jatkuvasti ainakin yksi työntekijä, on hän sopimustyönantaja
suhteellinen vero	vakioprosentilla perittävä vero joka on kaikille sama
SWOT-analyysi	(engl. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) nelikenttämenetelmä jota käytetään strategian laadinnan apuvälineenä

TE-keskus	työ- ja elinkeinotoimisto
TEKES	teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus
tulovero	tuloista perittävä vero joka sisältää ansiotuloveron ja pääomatuloveron
TyEL	työntekijän eläkelaki
V-pohja	veneeseen pohjan malli joka ilmoitetaan astelukuna vaakatasosta, esimerkiksi 14°
veneeseen teippaus	veneeseen pintaan asennettava koriste- tai suojateippi
verotili	verohallinnon ylläpitämä järjestelmä jossa asiakaskohtaiselle tilille merkitään verot, maksut ja palautukset
VTT	kansainvälisesti verkottunut, moniteknologinen tutkimuskeskus, joka tuottaa asiakkailleen korkeatasoisia teknologisia ratkaisuja ja innovaatiopalveluja (ent. valtion teknillinen tutkimuskeskus)
wakeboard	vesilauta; wakeboarding on vesiurheilulaji joka on muotoutunut vesihiihdon, lumilautailun ja surffauksen pohjalta
YEL	yrittäjän eläkelaki

ESIPUHE

Tämä opinnäytetyö on tehty Centria-ammattikorkeakoulun kone- ja tuotantotekniikan koulutusohjelmassa osana TiTo Boats Oy:n alkuvaiheita ja kehittymistä.

Haluan kiittää työni ohjaajia ja kaikkia henkilöitä, jotka ovat edistäneet tämän opinnäytetyön valmistumista ja kannustaneet minua opintojen edetessä. Lisäksi haluan kiittää yhtiökumppaniani Timo Joensuuta luottamuksesta tähän projektiin. Kiitän myös kaikkia, jotka ovat jakaneet ammattitaitoaan, mielipiteitään ja neuvojaan liittyen tähän projektiin.

Erityiskiitos kuuluu Tuulalle, Lunalle, Neralle ja perheelleni, jotka ovat pitäneet huolta henkisestä ja fyysisestä hyvinvoinnistani tämän projektin aikana.

Katille,

Kokkolassa 9.4.2014

Tomi Ruokonen

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
ESIPUHE
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 VENEALAN NYKYTILANNE	3
2.1 Tämänhetkiset toimijat segmentissämme	4
2.2 Alumiiniset veneet	4
2.3 Lasikuituiset veneet	8
2.4 RIB-veneet	8
3 YHTIÖ	9
3.1 Yhtiön perustaminen	9
3.1.1 Neuvonta	9
3.1.2 Yhtiömuodot	10
3.1.3 Perustamistoimet	12
3.2 Yhtiön toiminta ja tulevaisuus	13
3.2.1 Yritysidean suojaaminen	13
3.2.2 Arvonlisäverotus	15
3.2.3 Yrittäjän sosiaaliturva	16
3.2.4 Työntekijät	18
3.2.5 Kirjanpito	21
3.2.6 Verotus ja osingot	22
3.3 Rahoitus uudelle yritykselle	23
4 TUOTEKEHITYS	25
4.1 Suunnittelu	25
4.2 CE-merkintä	26
4.3 Valmistus	26
4.4 Taloudellinen tarkastelu	27
4.5 Markkinointi ja myynti	29
5 TUTKIMUS	34
5.1 Miten tutkimus suoritettiin	34
5.2 Kvalitatiivinen tutkimus	34
5.3 Tutkimuksen tulokset	35
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	39
LÄHTEET	41

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö sai alkunsa tammikuussa 2013, kun luokkatoverini tuli ehdottamaan minulle yhteistä tulevaisuutta kanssaan. Hänellä oli idea uudenaikaisesta veneestä, jota tällaisessa muodossa ei lainkaan valmisteta. Idea kuulosti kieltämättä todella hyvältä, mutta kieltäydyin kunniasta, koska olin ajatuksissani määrittänyt valmiiksi tulevaisuuteni hyvinkin erilaiseksi. Kuitenkaan seuraavana yönä en saanut ajatuksiltani rauhaa vaan valvoin koko yön miettien tuotteen mahdollisuuksia. Seuraavana päivänä kerroinkin luokkatoverilleni muuttaneeni mieltäni ja suostuvani hänen ehdotukseensa.

Seuraavaksi aloimme kartoittaa kaavaa uuden veneen tuomiseksi markkinoille. Mahdollisuuksia oli muutama: idean myyminen eteenpäin, mennä töihin jollekin ulkopuoliselle ja kehittää ideaa siellä tai perustaa tuotettamme varten yhtiö ja valmistaa se itse. Päädyimme jälkimmäiseen, koska kyseessä olisi myös tuleva elantomme.

Päädyimme suunnitelmaan, jossa ensin perustaisimme yhtiön toimintaamme varten. Sitten palkkaisimme suunnittelijan, joka tekisi piirustukset tuotteellemme. Tämän jälkeen vuokraisimme pienen toimitilan, jossa aloittaisimme toimintamme. Pyytäisimme tarjoukset osista ja esivalmistuksesta. Emme nykyajan taloustilanteessa halua riskerata investoimalla koneisiin ja henkilökuntaan, jota huonossa tilanteessa joutuisi vähentämään, vaan ottaisimme mahdollisimman suuren osan tuotteesta esivalmistettuna ja tekisimme vain kriittisimmät vaiheet itse. Mainontaa ja myyntiä päätimme miettiä suunnitelman edetessä.

Tästä eteenpäin suunnitelma on muokkautunut, muuttunut joiltain osin ja mielestäni vain parantunut. Tätä opinnäytetyötä kirjoittaessani suunnitelman toteutus on vielä käynnissä ja kriittisessä vaiheessa. Pätevyys ja valmiuksiemme riittävyys tämän pitkän ja vaativan projektin läpi viemiseksi mietitytti. Todennäköisyys projektin onnistumiselle oli kuitenkin hyvä, koska niin minä kuin myös luokkatoverini olimme aikaisemminkin suunnitelleet ja toteuttaneet monia erilaisia projekteja. Kummallakin oli pitkäaikaista kokemusta veneilystä ja veneiden rakenteista. Molemmat olimme tietoisia yrittäjyyden vaatimuksista ja sen mukanaan tuomista rajoitteista.

Projektia varten on käytetty satoja tunteja selaten internetiä, etsien valmistajia, valmiita tuotteita ja osia, joita tulisimme käyttämään. Olen käynyt kymmeniä sähköpostikeskusteluja aina Kanadaa myöden. Projektin aikana on käyty kolmilla alan messuilla, käytetty kymmeniä tunteja tutustuen kilpailijoiden tuotteisiin ja tapoihin sekä käyty kolme Kokkolan Yrittäjien ja Pohjanmaan ELY -keskuksen järjestämää kurssia liittyen yritystoimintaan, mainontaan ja markkinointiin. Kaiken tämän lisäksi on vietetty lukemattomia unettomia öitä miettien tämänhetkisiä ja tulevia asioita liittyen tähän projektiin.

Tämän tutkimuksen pääongelma on: Millainen on uuden venetyypin kehitysprosessi? Työssä kerrotaan projektin vaiheista ja tehdyistä ratkaisuksista. Työssä tehdään tutkimus tuotteen kiinnostavuudesta. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda lukijalle selvennystä uusien tuotteiden markkinoille tuomiseen tarvittaviin toimenpiteisiin ja saada vastaus ongelmaan: onko markkinoilla tilausta tuotteellemme.

2 VENEALAN NYKYTILANNE

Ensimmäisenä jouduin tutustumaan perusteellisesti tulevaan alaamme ja kanssavalmistajiimme. Tätä varten olen etsinyt niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin venevalmistajia internetistä, alan lehdistä ja messuilta ja tutustunut niiden toimintaan. Tämänhetkisen taloustilanteen vuoksi on veneala kokonaisuudessaan taantumassa. Vene on luksustuote, josta ihmiset tinkivät ensimmäisenä talouden ollessa tiukalla. Tämä näkyy myyntitilastoissa kautta linjan niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Vaikka taloustilanne on huono, uskon tuotteellamme olevan menekkiä sen erikoisominaisuuksien vuoksi. Tällä hetkellä myyvät ne merkit, joilla on jotain uutta annettavaa joko muotoilun, toiminnallisuuden, taloudellisuuden tai ostohinnan kannalta. Edelleen veneet myydään mielikuvilla ja valmistajan maineella. Uudet toimijat, kuten me, joutuvat tekemään todella vahvan ja toimivan ensituotteen saadakseen jalansijaa markkinoilla.

Vuonna 2012 kotimaan venekaupan liikevaihto laski 20,7 % edellisvuoteen verrattuna ja päättyi 104,1 miljoonaan euroon. Pien- ja moottoriveneiden tukkutoimitustilasto kertoo, että alle kuusimetrisiä veneitä on toimitettu 8289 kappaletta (nousua 9 % edellisvuoteen verrattuna) ja 6–8 metrisiä veneitä on toimitettu 568 kappaletta (15 % laskua edellisvuoteen verrattuna). Veneviennin arvo vuonna 2012 oli 178,7 miljoonaa euroa, jossa oli laskua 2,9 % edellisvuoteen verrattuna. Viennin osuus veneteollisuudestamme vuonna 2012 oli 71,3 %. Nämä tilastot koskevat Finnboatin pien- ja moottorivenetilastointiin osallistuvia yrityksiä. (Finnboat ry. 2013.)

Venealan kilpailutilanteessa pienten alumiiniveneiden segmentissä, johon tuotteemme sijoittuu, on hinnat poljettu todella alas ja massatuotanto tekee tuoton. Tähän kilpailuun meillä ei ole mahdollisuutta, eikä myöskään aikomusta lähteä. Tuotteemme tulee olemaan omanlaisensa ja massasta täysin poikkeava niin rakenteeltaan kuin tekniikaltaankin. Uskon tämän antavan meille mahdollisuuden toimia venealan nykytilanteessa. Toimintamme saavuttaessa suunnitellun tuotantotason on taloustilanne maailmanlaajuisesti toivottavasti eri tasolla kuin tällä hetkellä.

2.1 Tämänhetkiset toimijat segmentissämme

Pienveneet voidaan jakaa valmistusmateriaalinsa mukaan muutamaaan luokkaan. Tässä on listattuna yleisimmät materiaalit, valmistajat ja osa niiden tuotteista. Tätä kartoitusta tein hahmottaakseni itselleni kilpailijoidemme määrän ja laadun. Keskityin listauksessa vain tuotemerkkeihin, en niinkään omistussuhteisiin, koska samalla omistajalla voi olla kolmekin eri tuotemerkkiä. Toimijoita on monen tasoisia, niin ulkomaisia kuin kotimaisiakin. Jotkin keskittyvät antamaan laadukkaan vaikutelman, kuitenkin siinä mielestäni onnistumatta, toiset taas tekevät heti selväksi, että hinta on ainoa myyntivaltti. Joitakin veneitä leimaa vahvasti työvenetausta, kun taas jotkin keskittyvät vain omistajansa mökkinaapurin kateelliseksi tekemiseen. Vierailtuani todella monissa veneissä ja nähtyäni veneiden tuotantoa olen entistä vakuuttuneempi mahdollisuuksistamme menestyä.

2.2 Alumiiniset veneet

Alumiiniveneillä on etuina helppohoitoisuus, kestävyys ja hyvä jälleenmyyntiarvo. Alumiinivene kestää kolhut ja raa'an käytön. Haittana voisi sanoa materiaalin ja valmistuksen kalleuden. Joidenkin mielestä alumiiniveneet ovat kolkon ja kylmän näköisiä. Tästä syystä moni valmistaja maalaa tai teippaa veneensä. Suomessa ei ole vielä yleistynyt personoitu teippaus. USA:ssa veneiden teippaus on aivan eri tasolla kuin Euroopassa, ja sillä tavalla saadaankin todella erikoisen näköisiä veneitä. Alumiiniveneet ovat kovaa vauhtia yleistymässä maailmanlaajuisesti. Nykysuuntauksena on valmistaa niin sanottuja AluFibreTM-veneitä. Näissä veneissä on pohja alumiinia ja kansirakenteet lasikuitua. AluFibreTM-veneissä on yhdistyneenä alumiinipohjan kestävyys ja helppohoitoisuus sekä lasikuidun pyöreiden muotojen helppo valmistettavuus ja hyvä ulkonäkö. (Finnboat ry. 2013.)

Alutroll on suomalainen tuotemerkki, joka rakentaa veneitä kalastus- ja vetouistelukäyttöön. Valmistaja otti suunnittelussa huomioon vetouistelijoiden tarpeet alusta lähtien ja rakensi kolme prototyyppiä, joista yksi otettiin jatkojalostukseen. Prototyypin perusteella se teki yhteistyössä VTT:n kanssa CAD-kuvat, joiden perusteella tuotanto pystyttiin suunnittelemaan ja aloittamaan. Sillä on mallistossaan kymmenen vakiomallia. Lisäksi sillä on one-off -tuotantoa. Näitä veneitä ei vielä näe paljon liikkeellä, koska toiminta on alkanut vasta vuonna 2004. (Haltica Oy 2014.)

Anytec on ruotsalainen tuotemerkki, jolla on edustajia Ruotsissa, Norjassa, Ranskassa, Suomessa, Espanjassa, Virossa, Liettuassa, Venäjällä ja Ahvenanmaalla. Se valmistaa jyrkeviä ja nopeita veneitä. Mallistossaan sillä on kuusi mallia eri variaatioineen. Anytec-veneiden muotoilu on pyöreää, sulavalinjaista ja aggressiivista. Sillä on mallistossaan myös suoraan kalastajille suunnattu vene. Se on patentoinut ja lanseerannut vuonna 2013 uudenlaisen pintakäsittelyn, Anytec M-400:n, joka vaikuttaa vesirajan yläpuolisiin osiin käytön jälkeen. Käsittely sitoutuu kemiallisesti alumiiniin muodostaen lasimaisen kilven, joka suojaa ilman epäpuhtauksilta, suolavedeltä ja auringon UV-säteilyltä. Anytecin mukaan pinnoite ei hilseile pois kuin maali eikä irtoa pesussa. (Anytec Boats Ab 2014.)

Buster on alumiinivenemerkki, jonka jokainen on nähnyt tai tuntee. Jokainen on vähintäänkin kuullut puhuttavan tästä Suomessa valmistetusta, hyvin luotetusta ja luotettavasta veneestä. Buster on tähän mennessä aina ollut perusturvallinen hankinta. Buster julkistaa lähes joka vuosi uuden mallin tai facelift -version. Se liittyi viime vuonna valmistajiin, jotka tekevät myös AluFibreTM -veneitä. Busterilla on ymmärretty myös jälkipalveluiden ja oheistuotteiden merkitys. Sillä on tarjottavana veneilykoulu, valokuvauskilpailu ja muita tapahtumia. Se tarjoaa myös Buster Plus -pakettia. Siihen saa valinnaisena vakuutuksen, Buster Vahdin, joka sisältää muun muassa veneen satelliittipaikannukseen perustuvan varkausvaroittimen, akkujännitevahdin ja pilssiveden korkeushälytyksen tai Buster-venepaikan jossain monista Suomen venesatamista. Busterilla on mallistossaan 14 mallia eri variaatioineen. (Buster 2014.)

Faster tunnetaan hyvin laadukkaista viranomais- ja työveneistä. Faster on suomalainen tuotemerkki. Viranomaisveneiden korkeiden laatuvaatimusten vuoksi on Fasterilla vankkaa kokemusta erikoisratkaisuisista ja turvallisuuteen vaikuttavista tekijöistä. Sillä on ensimmäisenä valmistajista vakiovarusteena myös karttaplotteri joka on oikeasti rahanarvoinen varuste, eikä vain pintakiiltoa. Fasterilla on eriytetty työvene- ja huviveneet selkeästi. Työveneet ovat vieläkin karuja, ja niistä on karsittu kaikki ylimääräinen pois. Faster toimittaa veneitä mm. poliisille ja pelastuslaitokselle, myös ulkomaille. Faster workboats tekee myös katamaraani- ja vesisuihkuvetoisia malleja. Huviveneisiinsä Faster on saanut hieman pyöreyttä, joka varmasti puhuttelee ostajia. Myös laidan yläosan teippaukset antavat piristeen- sä ulkonäköön. Faster käyttää kalusteina paljon rotaatiovalettuja muoviosia, joiden ulkonäöstä voidaan olla montaa mieltä, mutta kestävyys näillä osilla on ensiluokkainen. (Juha Snell Oy 2014.)

Kewatec on suomalainen alumiinivenevalmistaja joka aloitti toimintansa vuonna 1998. Sillä on mallistossaan työ-, luotsi-, öljyntorjunta-, tutkimus-, taksi- ja vapaa-ajan veneitä. Mallistossaan Kewatecillä on 28 venettä, kooltaan 7–20 metriä. Sillä on myös one-off-tuotantoa. Propulsiona voi olla joko potkuri- tai vesisuihkuveto. Kewatec-veneet ovat karuja, työkäyttöön suunniteltuja. Sillä on veneissään paljon hyviä, työkäyttöä helpottavia ratkaisuja. Se toimittaa veneitä muun muassa rajavartio- ja luotsilaitokselle. Kewatec on tehnyt vuonna 2013 yhteistyösopimuksen kiinalaisen suuren alumiinituotevalmistaja Conglinin kanssa. Kewatec ei ole siirtämässä tuotantoaan Kiinaan vaan aikoo tuottaa veneitä yhdessä Conglinin kanssa paikallisille markkinoille. Kaupalla ei ole vaikutusta Kewatecin kotimaan valmistukseen tai myyntiin, kertoo Kewatec Aluboot Oy:n perustaja ja hallituksen puheenjohtaja Wargh. (Kewatec Aluboot Oy 2014.)

Silver-tuotemerkin juuret kantavat 90-luvun alkupuolelle, jolloin viisi miestä päätti perustaa yhteisen yhtiön. Vuonna 2009 yhtiö vaihtoi omistajaa, ja mallisto on sen jälkeen muuttanut uuden omistajansa näköiseksi. Silver toi ensimmäisenä markkinoille ns. AluFibreTM-rakenteen. Silverin koko mallisto perustuu tähän rakenteeseen. Mallistoon kuuluu 16 erilaista venettä. Mallisto sisältää vesiurheilun, päiväretkeilyyn ja vetouisteluun tarkoitettuja malleja, pituudeltaan 4,85–7,30 metriä. Työveneitä Silverillä ei ole laisinkaan. Tämä AluFibreTM-rakenne jakaa vahvasti mielipiteitä. Ne jotka haluavat veneen kovaan käyttöön, eivät osaa arvostaa käytölle ja naarmuille herkkää lasikuitukannta. Nämä ostajat todennäköisesti valitsevatkin toisen merkin. Entisille lasikuituveneiden ystäville tämä rakenne tuo selviä etuja alumiinipohjan muodossa. Alumiinipohja kestää kulutusta ja kolhuja aivan eri tavalla kuin lasikuitu. Silvereitä liikkuu paljon niin kotimaisilla kuin ulkomaisillakin vesillä. (Terhi Tec Oy 2014.)

Sunde on norjalainen tuotemerkki, joka valmistaa sanojensa mukaan veneitä vaativaan käyttöön. Sunde-veneet ovatkin muodoltaan kovaan merenkäyntiin tehtyjä ja varmasti kestäviä. Ulkopuoli veneestä on maalattu, ja se tekeekin paljon veneen ulkonäölle. Muuten vene ei anna kovinkaan viimeisteltyä vaikutelmaa. Veneet pystytään valmistamaan edullisesti, ja se näkyykin tuotteen kuluttajahinnoissa. Sunde-tuotemerkillä on viisi mallia, pituudeltaan 5,15–7,20 metriä. (Oy Nordic Boats Ltd 2014.)

Tracker on amerikkalainen tuotemerkki, joka on toiminut jo vuodesta 1978. USA:ssa sillä on kymmeniä erilaisia venemalleja aina kaksimetrisistä suolautoista yli kymmenmetrisiin

asuntoveneisiin ja kaikkea siltä väliltä. Kuuden metrin kokoluokan veneistä suurin osa on tarkoitettu kalastukseen järviolosuhteissa. Ne ovat hyvin matalia, ja ne on tehty loivalla v-pohjalla. Monissa niistä on kokolattiamatto perinteiseen amerikkalaiseen tyyliin. Veneet ovat näyttävän näköisiä ja viimeistelyjä. Monet malleista ovat maalattuja ja teipattuja. Maalaus on toteutettu siten, että veneen sisäpuoli ja puolet ulkolaidasta on maalattu ja ulkolaidan alaosa ja pohja on jätetty maalaamatta. Veneessä on kyljessä teippaus maalipinnan rajassa ja koristeteippauksena. Tracker-veneissä on tehty paljon nerokkaita ratkaisuja käyttöä helpottamaan. Suomeen tuodaan 24 mallia, joihin sisältyy myös ponttooniveneitä. Nämä ovat Suomessa vielä harvinaisia. (Tracker Marine Group 2014.)

Yamarin on suomalainen tuotemerkki, joka valmistaa niin lasikuituisia kuin alumiinisiakin veneitä. Sillä on mallistossaan 8 AluFibreTM-venettä joita Yamarinilla kutsutaan nimellä Cross-alumiinivene. Perinteisiä kokoalumiiniveneitä sillä ei ole lainkaan. Kuten Silverinkin kohdalla, jakavat myös Yamarinin Cross-veneet mielipiteitä. Yamarin toi vuonna 2013 markkinoille Yamarin Cross 60 Cabin -mallin, joka sai todella hyvät arvostelut Venemestari-lehden 3/2013 numerossa. Varsinkin tilojen toimivuutta ylistettiin, ja tämän kokoluokan veneessä se onkin ratkaisevaa. Tämän mallin suosio enteilee tämän rakennetyypin yleistä suosionnousua. (Konekesko Oy 2014.)

XO on kotimainen, premiumluokan melko uusi tulokas, joka voitti heti alkutaipaleellaan arvostetun Motor Boat of The Year -palkinnon vuonna 2013. XO:n konsepti on myös AluFibreTM-tyyppinen. XO:n muotoilu on rohkeaa ja kulmikasta. Veneet ovat viimeistelyjä, eikä niitä selvästikään ole tarkoitettu työkäyttöön. XO:ta saa maalattuna, teipattuna tai kokonaan ilman pinnoitetta. Veneet on alusta pitäen suunniteltu koviin, yli 40 solmun, vauhteihin. XO:n konsepti kokonaisuudessaan on loppuun asti mietitty ja suunnattu hieman varakkaammille. XO on rakennettu alusta lähtien ulkomaan markkinat mielessä. (XO Boats 2014.)

2.3 Lasikuituiset veneet

Lasikuituiset veneet ovat tällä hetkellä hallitseva luokka Suomessa. Ne ovat halvempia ja helpompia valmistaa kuin alumiiniveneet. Lasikuituveneisiin saa tehtyä lähestulkoon mitä tahansa muotoja, ja usein lasikuituveneet ovatkin näyttävämpiä ja viimeistellymmän näköisiä kuin alumiiniveneet. Miinuksena voisi sanoa, että lasikuituveneet eivät ole kovin kestäviä kulutusta ja kolhuja vastaan. Suosittuja tuotemerkkejä 5–7 metrin luokassa Suomessa ovat AMT, Bella, Boston Whaler, Finnmaster, Flipper, Jeanneau, Quicksilver, Sea Ray, TG, Uttern, Yamarin ja Örnvik. Mielenkiintoisena uutuutena voisi mainita Axopar-tuotemerkin.

2.4 RIB-veneet

RIB-veneet ovat pikkuhiljaa nostaneet päätään myös Suomen markkinoilla. Aiemmin RIB:it ovat olleet suurimmaksi osaksi viranomaisten käytössä, mutta nykyään myös safari- ja matkailuyrittäjät ovat alkaneet käyttää niitä. RIB-veneitä on Suomessa myös huvivenekäytössä jonkin verran. RIB-veneissä on monia etuja. Ne ovat hyvin turvallisia. Vaikka pohjaan tulisi reikä, vene pysyy täysin pinnalla. Niihin voi asentaa todella suuria moottoreita kelluttavuutensa takia. Tämä mahdollistaa niille suuret nopeudet raskaasti kuormatunakin. RIB:n ulkonäkö jakaa mielipiteet kahtia: jotkut pitävät niistä, ja jotkut vihaavat niitä. Suomessa saatavilla ovat ainakin Avon, Brig, Capelli, Humber, Nimbus, OceanRib, Steno, Tornado, Valiant, Veega ja Zodiac tuotemerkit. (Finnboat ry 2013, 2014.)

3 YHTIÖ

Kartoitettuani kilpailutilanteen oli aika ottaa seuraava askel ja perustaa yhtiö tulevaa toimintaamme varten.

3.1 Yhtiön perustaminen

Jos aikaisempaa henkilökohtaista kokemusta yhtiön perustamisesta tai liikkeenharjoittamisesta ei ole, tulee asioihin tutustua perusteellisesti. Tätä varten kannattaa etsiä tietoa kirjallisuudesta, lehdistä ja internetistä. Kannattaa lukea myös tarinoita epäonnistumisista ja konkursseista. Moni kertoo yrittäjyyden olevan kauheinta ja samaan aikaan ihaninta, mitä heille on koskaan tapahtunut. Monet valittavat vapaa-ajan puutetta ja väsymystä. Näistä tarinoista kannattaa ottaa oppia ja huolehtia myös omasta hyvinvoinnistaan yrittäjänä alusta lähtien. (Holopainen 2013.)

3.1.1 Neuvonta

Neuvontaa yhtiön perustamiseen löytyy paljon. Helpoiten saa vinkkejä Suomen Yrittäjien tai Yritys-Suomen internetsivuilta. Muita neuvontapalveluita ovat TE-keskukset, Finnvera, uusyrityskeskukset sekä ProAgria-keskukset. (Holopainen 2013.)

Me halusimme henkilökohtaisempaa neuvontaa, joten menimme Kokkolassa toimivaan Keski-Pohjanmaan uusyrityskeskukseen, Firmaxiin. Täällä meitä pyydettiin tekemään LTS (liiketoimintasuunnitelma). Tähän meni muutama päivä, ja LTS:n tekeminen antoikin todella paljon ajattelemisen aihetta ja ”pakotti” vastaamaan sellaisiin kysymyksiin, joita ei välttämättä aikaisemmin ollut osannut edes miettiä. LTS:n tekemiseen kuuluu myös riskianalyysien ja SWOT-analyysin tekeminen. Yhtiön perustamisen jälkeen saimme ja saamme vieläkin korvaamatonta apua ja neuvontaa Kokkolanseudun Kehitys Oy:n, KOSEKin Jungellilta. Hänen vastualueensa ovat veneteollisuus, energia- ja ympäristöalat ja metalli/laser. Hänen laaja kokemuksensa on auttanut luomaan kontakteja ja käyttämään hyödyksi ELY-keskuksen ja Tekesin palveluita.

3.1.2 Yhtiömuodot

Suomessa on muutamia yhtiömuotoja. Kaikissa yhtiömuodoissa on mahdollisuus palkata vierasta työvoimaa. Kaikki yhtiömuodot ovat arvonlisäverovelvollisia (rajoituksin). Kaikki yhtiömuodot ovat ennakkoperintärekisterivelvollisia. Kaikki yhtiömuodot ovat työnantaja-rekisterivelvollisia. Nämä ilmoitukset tehdään verohallintoon. Kaikki yhtiömuodot ovat YEL -velvollisia (rajoituksin). (Holopainen 2013, 20–40.)

Yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi, Tmi, yksityisliike) on luonnollinen henkilö, jolla on asuinpaikka Euroopan talousalueella. Hän on yrityksen ainoa toimielin. Yrityksen edustaja on yrittäjä itse. Yrittäjä voi halutessaan määrätä prokuristin. Tilintarkastuksesta ei ole laissa määräyksiä. Perustamiseen tarvittavalle pääomalle ei ole minimiä. Yksityinen elinkeinonharjoittaja vastaa yhtiönsä veloista henkilökohtaisella omaisuudellaan, periaatteella se mikä on yhtiön, on minun ja toisinpäin. Täten myös kaikki voitot ovat yrittäjän omia. Tämä yritysmuoto ei vaadi mitään perustamismuodollisuuksia, perustamisilmoitus kaupparekisteriin riittää. Tästä perittävä käsittelymaksu vuonna 2013 oli 105 €. (Holopainen 2013, 24, 54.)

Avoimen yhtiön voi perustaa vähintään kaksi joko luonnollista henkilöä tai yhteisöä, kuten muita yhtiöitä. Vähintään yhdellä näistä tulee olla asuin- tai kotipaikka ETA-alueella (rajoituksin). Yhtiön katsotaan purkautuneen, jos yhtiömiesten määrä vähenee yhteen ja se ei nouse vuoden kuluessa vähintään kahteen. Taloudellinen vastuu avoimessa yhtiössä on kuten yksityisellä elinkeinonharjoittajalla. Avoimessa yhtiössä voi näin sovittaessa olla toimitusjohtaja sekä hallitus ja yhtiömiesten kokous, mutta siinä ei ole pakollisia toimielimiä. Jos toimitusjohtaja on valittu, on tästä tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Avoimen yhtiön perustamiseen ei tarvita rahapanosta, vaan työpanos riittää. Yhtiön edustamiseen on oikeus jokaisella yhtiömiehellä. Tätä voidaan kuitenkin kaupparekisteriin tehtävällä sopimuksella rajoittaa. Avoin yhtiö voi määrätä prokuristin. Yhtiöllä tulee olla edustaja, jolla on kotipaikka Suomessa. Yhtiön perustamiseen vaaditaan kirjallinen sopimus. Avoimesta yhtiöstä on tehtävä perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Käsittelymaksu vuonna 2013 oli 225 €. Avoimen yhtiön edustamissäännösten vuoksi tulee yhtiömiehet valita huolella, sillä jokaisella on oikeus tehdä yhtiöön vaikuttavia päätöksiä ja rahanostoja, ellei näitä oikeuksia ole sopimuksella rajoitettu. (Holopainen 2013, 24–27, 54.)

Kommandiittiyhtiön perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi yhtiömiestä, jotka voivat olla luonnollisia henkilöitä, ja heistä tulee vähintään yhden olla vastuunalainen yhtiömies ja vähintään yhden äänetön yhtiömies. Vähintään yhdellä vastuunalaisella yhtiömiehellä on oltava asuin- tai kotipaikka ETA-alueella (rajoituksin). Kommandiittiyhtiössä voi näin sovittaessa olla toimitusjohtaja, hallitus ja yhtiömiesten kokous. Sovitusta toimitusjohtajasta on ilmoitettava kaupparekisteriin. Äänettömän yhtiömiehen on suoritettava muu kuin työpanos yhtiötä perustettaessa. Vastuunalaiselta yhtiömieheltä riittää työpanos. Vastuunalaisilla yhtiömiehillä on kaikilla oikeus edustaa yhtiötä. Ilman eri valtuutusta äänettömällä yhtiömiehellä ei tätä oikeutta ole. Näitä oikeuksia voidaan rajoittaa sopimuksin. Kommandiittiyhtiössä voidaan määrätä prokuristi. Yhtiön perustamiseen vaaditaan kirjallinen sopimus. Yhtiöllä tulee olla edustaja Suomessa. Kommandiittiyhtiöstä on tehtävä perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Käsittelymaksu vuonna 2013 oli 225 €. Kommandiittiyhtiössä taloudelliset vastuut ovat kuten yksityisellä elinkeinonharjoittajalla ja avoimessa yhtiössä. Kuten avoimessa yhtiössä, on kommandiittiyhtiössäkin yhtiökumppanin oikea valinta tärkeää edustamisoikeuksien vuoksi. (Holopainen 2013, 27–30,54.)

Osakeyhtiötä perustettaessa ei osakkeenomistajille eikä perustamissopimuksen allekirjoittajina oleville ole asuin- tai kotipaikkavaatimuksia. Hallitus on osakeyhtiön ainoa pakollinen toimielin. Varsinaisia jäseniä hallituksessa on oltava yhdestä viiteen (rajoituksin). Jos hallituksessa on vähemmän kuin kolme jäsentä, on siinä oltava vähintään yksi varajäsen. Hallitukselle on valittava puheenjohtaja, mikäli hallituksessa on useita jäseniä. Puheenjohtajan valitsee hallitus, mikäli hallitusta valittaessa tai yhtiöjärjestyksessä ei toisin määrätä. Hallituksen jäsenet valitsee yhtiökokous. Hallituksen jäsenenä olemiselle on oikeudellisia edellytyksiä. Jäsenistö on ilmoitettava kaupparekisteriin. Osakeyhtiöön voidaan valita toimitusjohtaja hallituksen toimesta. Toimitusjohtajasta on tehtävä ilmoitus kaupparekisteriin. Yhtiökokouksessa osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa annettujen äänten perusteella. Varsinainen yhtiökokous pidetään kuuden kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Osakeyhtiössä isompien päätösten teko vie aikaa ja vaatii vähimmillään yksimielisen päätöksen yhtiökokoukselle kuuluvasta asiasta. Näin tehtävä päätös on kirjattava, päivättävä, numeroitava ja allekirjoitettava. Vähintään kahden osakkeenomistajan on allekirjoitettava päätös. Perustamiseen vaadittava pääoma osakeyhtiössä on 2500 € ja julkisessa osakeyhtiössä 80 000 €. Osakeyhtiötä edustaa hallitus. Se vastaa kirjanpidon ja varainhoidon valvonnan järjestämisestä. Osakeyhtiön toimitusjohtajalla voi olla laajatkin valtuudet yhtiön asioiden hoidossa oikein valtuutettuna. Osakeyhtiölle voidaan valtuuttaa prokuristi.

Osakeyhtiöllä on oltava edustaja, jonka kotipaikka on Suomessa. Osakeyhtiössä osakkaan vastuut rajoittuvat sijoitettuun pääomaan. Tosiasiassa kuitenkin, varsinkin alkuvaiheessa, rahoitusta haettaessa vaaditaan lainojen vakuudeksi osakkaiden omaisuutta tai takauksia. Osakeyhtiötä perustettaessa laaditaan perustamissopimus. Siihen liitetään yhtiöjärjestys ja ne toimitetaan kaupparekisteriin. Käsittelymaksu vuonna 2013 oli 380 €. (Holopainen 2013, 30–35, 54.)

Osuuskunta käsitetään jäsenistöstään erillisenä oikeushenkilönä, joka syntyy rekisteröinnillä kaupparekisteriin. Tähän vaaditaan perustamissopimus, osuuskunnan säännöt, lista nimetyistä hallituksen jäsenistä ja toimitusjohtajasta sekä hallituksen kokouksen pöytäkirja. Jäsenistöllä ei ole henkilökohtaista vastuuta osuuskunnan velvoitteista. Osuuskunnan jäsenmäärä, osuuksien lukumäärä ja pääoma voivat olla vaihtuvia. Osuuskunnan toiminnan tarkoituksena on jäsenten taloudenpidon tai elinkeinon tukemiseksi toimia niin, että jäsenet käyttävät hyväkseen osuuskunnan käyttämiä ja tuottamia palveluita. Osuuskunta perustetaan kirjallisella perustamissopimuksella, joka kaikkien jäsenten on allekirjoitettava. Osuuskunnan jäsenyyttä voi hakea jälkepäin ja sen myöntää hallitus (Osuuskuntalaki 14.2.2013/421.)

Yksi esimerkki osuuskunnasta on Finikor, Suomen Ruosteenestoliikkeiden Osuuskunta. Se on keskittynyt tuomaan maahan ja myymään jäsenistölleen ja asiakkailleen ruosteenestotalan tuotteita ja tarvikkeita. Etuna tällaisessa toimintatavassa on huomattavasti halvemmat materiaali- ja tarvikkehinnat verrattuna tilanteeseen jossa jokainen ostaisi tai toisi itse maahan tarvitsemansa tuotteet. (Finikor 2014.)

3.1.3 Perustamistoimet

Valitsimme yhtiömuodoksi osakeyhtiön, koska odotamme toimintamme vuosien saatossa laajentuvan ja kasvavan. Itse yhtiön perustamisessa ei mene kauaa, mutta ennen kuin yhtiö on toimintakykyinen kaikkine vaatimuksineen ja toimintoineen, vaatii se aikaa ja kärsivällisyyttä. Osakeyhtiö syntyy juridisesti vasta, kun se on merkitty kaupparekisteriin. Meillä tähän kului aikaa noin kuukausi.

Osakeyhtiön perustamisesta täytetään lomakkeet, jotka löytyvät valmiina. Nämä lomakkeet osakkeenomistajat allekirjoittavat. Perustamissopimukseen liitetään yhtiöjärjestys. Osakkaiden keskinäiset suhteet, oikeudet ja velvollisuudet yhtiössä määritellään osakassopimuksella. Osakkeet merkitään ja maksetaan avatulle pankkitilille (minimi 2500 €). Tilikausi määrätään joko perustamissopimuksessa tai yhtiöjärjestyksessä. Perustamissopimuksessa mainitaan tarvittaessa myös toimitusjohtaja, hallintoneuvoston jäsenet ja tilintarkastajat. Yhtiö ilmoitetaan kaupparekisteriin ja rekisteröidään. (Holopainen 2013, 44–47.)

3.2 Yhtiön toiminta ja tulevaisuus

Kun yhtiö on perustettu, tulee kiinnittää huomiota sen tulevaisuuteen, taata sen toimintakyky myös tulevaisuudessa ja minimoida kustannukset. Työnantajalla on myös paljon velvoitteita, joihin tulee kiinnittää huomiota. Mitä enemmän yrittäjä selvittää asioita etukäteen, sitä helpommaksi hän toimimisen itselleen tekee. (Holopainen 2013.)

3.2.1 Yritysidean suojaaminen

Yritysidean suojaamiseen kannattaa käyttää hetki ja miettiä, mitä on keksinyt ja onko idea sellainen, jota muut tulevat kopioimaan ja hyväksikäyttämään. Onko muille hyötyä ideasi tai keksintösi kopioimisesta? Pelkäätkö, että muut tekevät voiton sinun ideoimallasi tuotteella? Yritysidean suojaamiseen on monia vaihtoehtoja, mutta niissä on omat rajoitteensa ja kustannuksensa. Kaikille yhteistä on, että tuotetta ei saa esitellä eikä julkistaa ennen hakemuksen jättöä. Yritysidean suojaamisesta ja olemassa olevista patenteista ja suojista saa kattavasti tietoa Patentti- ja rekisterihallituksen internetsivuilta. Olemassa oleviin patenteihin ja suojiin kannattaa tutustua huolellisesti ennen oman tuotteen lopullista suunnittelua ja patentoimista; joku on voinut jo keksiä ja patentoida saman idean. Tämän palvelun voi myös ostaa PRH:lta. Jo valmiiksi rekisteröidyistä patenteista ja suojista voi saada myös ideoita omaan tuotantoonsa. Kaikista näistä tehdään hakemukset Patentti- ja rekisterihallitukselle. (Holopainen 2013.)

”Patentti on keksijälle hakemuksesta myönnetty määrätyn ajan kestävä yksinoikeus ammattimaisesti valmistaa ja myydä keksimäänsä tuotetta tai soveltaa keksimäänsä menetelmää” (Holopainen 2013, 96). Patentin saa ainoastaan uuteen keksintöön tai menetelmään, joka on oleellisesti erilainen verrattuna vastaaviin ja on teollisesti käyttökelpoinen. Vähimmillään patentointi Suomeen maksaa 900 €. Patenttiasiamiestä käytettäessä kustannukset saattavat nousta 3500 €:oon. Ulkomaiden patentointikustannukset voivat olla jopa 6000 €/maa. Patentin voi hakea erikseen jokaiseen maahan tai Euroopan patenttivirastosta, jolloin patentin saa kerrallaan 38:aan Euroopan maahan. Monet ulkomaat vaativat patenttiasiamiehen käyttöä, jolloin maksut ovat aina korkeammat. Suomessa patentti voidaan pitää voimassa 20 vuotta maksamalla vuosimaksut. Patentointi on pitkä prosessi ja saattaa kestää 2,5 vuotta. (Holopainen 2013, 96–97.), (Patentti- ja rekisterihallitus 2014 c.)

Hyödyllisyysmallisuoja on keksinnön suojausmuoto, jossa keksinnöllisyystaso on paljon lievempi kuin patentoinnissa. Sitä ei voi saada menetelmäkeksintöihin. Kuten patentoinnissa, tulee hyödyllisyysmallisuojuksakin keksinnön olla uusi ja erota selvästi tunnetuista keksinnöistä. Hyödyllisyysmallimaksu vuonna 2013 oli 250 €. Sen pystyy pitämään voimassa yhteensä 10 vuotta maksamalla uudistamismaksuja. Se on voimassa ainoastaan niissä maissa, joissa sitä on haettu ja se on myönnetty. Sitä haetaan ulkomailla samoin kuin patenttia. (Holopainen 2013, 58.), (Patentti- ja rekisterihallitus 2014 a.)

Mallisuoja antaa suojan ainoastaan tuotteen näkyvälle ulkomuodolle niin kuin se tuotteen käyttökunnossa on. Esimerkkinä voidaan mainita vaikkapa kirves, sakset tai pullonkorkki. Kuten muissakin suojissa, tulee mallisuojuksittain tuotteen olla uusi ja hakemus rekisteröity ennen julkistamista. Mallisuojan saa tuotteelle pisimmillään 25 vuodeksi. Mallisuoja uusitaan viisivuotiskausissa, ja kustannus jokaisella uusimiskerralla vuonna 2014 on 380 €. Mallisuojan hakeminen maksaa hakemuksen monimutkaisuuden mukaan 185 €:sta ylöspäin. Mallisuoja voi hakea Euroopan unionin alueelle yhdellä hakemuksella tai halua maansa maahan kyseisen maan patenttivirastosta, josta löytyvät mallisuojuksen hinnat kyseisiin maihin. (Patentti- ja rekisterihallitus 2014 b.)

Tavaramerkin rekisteröinti antaa suojan jäljittelijöitä vastaan. Kun on rekisteröinyt tavaramerkin saa yksinoikeuden käyttää merkkiä elinkeinotoiminnassa. Rekisteröidyn tavaramerkin yhteydessä saa käyttää tunnusta ® tai ™. Markkinoilla tuote tunnistetaan tavaramerkin perusteella. Tavaramerkkinä voi olla kuvio, sana, niiden yhdistelmä, kirjaimista muo-

dostuva merkki, kirjaimen ja numeron yhdistelmä, tavarain tai sen päällyksen ulkomuoto tai äänimerkki. Rekisteröidyn tavaramerkin voimassaoloa voi jatkaa loputtomiin 10 vuoden jaksoissa. Näin valmistetun tuotteen tunnistettavuus säilyy aina, vaikka yhtiöjärjestelyt muuttuisivatkin. Tavaramerkin rekisteröinti maksaa 100 €:sta ylöspäin merkin monimutkaisuuden mukaan. Tavaramerkkisuoja voi hakea ulkomaille kunkin maan rekisteröintiviranomaiselta, kansainvälisestä rekisteröintijärjestelmästä (Madridin pöytäkirja) tai Yhteisön tavaramerkkivirastosta. Tunnettuja tavaramerkkejä ovat muiden muassa OLVI, NOKIA, Jägermeister, RED BULL, adidas ja RAPALA. (Patentti- ja rekisterihallitus 2014 d.)

3.2.2 Arvonlisävero

Kaikessa mitä tahansa yrittäjä tekeekään, tulee hän olemaan tekemisissä arvonlisäveron kanssa. Tämän veron periaate kannattaa tehdä itselleen hyvin selväksi alusta pitäen. ”Arvonlisävero on kulutusvero, jonka myyjä lisää tavarain tai palvelun myyntihintaan. Myyjä perii veron myynnin yhteydessä ja tilittää sen valtiolle. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka harjoittavat liiketoiminnan muodossa tavaroiden tai palveluiden myyntiä, vuokrausta tai niihin rinnastettavaa toimintaa.” (Verohallinto 2014 a.)

Arvonlisävero on välillinen vero, joka on lopullisten kuluttajien maksettava. Verovelvolliset yritykset kantavat veron sisällyttäessään veron määrän hintoihinsa ja tilittäessään veron valtiolle. Näin ollen tavarain tai palvelun jälleenmyyjä saa vähentää maksamansa veron. Veron määrän yritys ilmoittaa kausiveroilmoituksessa, joka annetaan säännöllisesti verohallinnolle. Yritys laskee maksettavan veron määrän, joka on periaatteessa ostojen ja myyntien alv-osuuksien erotus. Osakeyhtiö on arvonlisäverovelvollinen tilikauden liikevaihdon ylittäessä 8500 €. Yhtiön ollessa arvonlisäverovelvollisten rekisterissä on yrityksellä yksilöllinen arvonlisäverotunniste, Y-tunnus. Y-tunnus merkitään käytännössä kaikkiin yrityksen maksuliikennepapereihin. Ulkomailta tätä tunnusta vastaa VAT-numero (value added tax). Arvonlisävero lasketaan jokaisessa liiketapahtumassa erikseen. Yleinen arvonlisävero Suomessa vuonna 2014 on 24 % (poikkeuksin). (Verohallinto 2014 a.)

Verolliseen hintaan sisältyvän arvonlisäveron määrä saadaan laskukaavalla:

$$Vero = \frac{\text{verollinen hinta} \times \text{verokanta}}{100 + \text{verokanta}}$$

Verottomaan hintaan lisättävän veron määrä saadaan laskukaavalla:

$$\text{Lisättävän veron määrä} = \text{veroton hinta} \times \frac{\text{verokanta}}{100}$$

Käytännössä kirjanpitäjä hoitaa kaikki arvonlisäveroon liittyvät toiminnot ja velvoitteet, ellei yrittäjä välttämättä itse halua hoitaa kirjanpitoaan. Tämä ei ole suositeltavaa, eikä käytännössä mahdollistakaan jos yrittäjän liiketoiminta on vilkasta. Aika ei riitä kaikkeen. (Verohallinto 2014 a.)

3.2.3 Yrittäjän sosiaaliturva

Suomen eläketurva koostuu työeläkkeestä, kansaneläkkeestä ja takuueläkkeestä. Nämä kertyvät työntekijän tai yrittäjän työuran aikana. Työeläketurvan ”maksavat” työnantajat ja työntekijät omilla osuuksillaan. Yrittäjän eläkevakuutus (YEL) on pakollinen (poikkeuksin) kaikille yrittäjille. Yrittäjän eläkelaki koskee yrityksen omistajia ja heidän perheenjäseniään. Yrittäjän on otettava eläkevakuutus kuuden kuukauden kuluessa toiminnan aloittamisesta (poikkeuksin). Yrittäjä saa maksaa määrättyä enemmän YEL-maksuja halutessaan. Ne vaikuttavat yrittäjän tulevaan eläkkeeseen. Minimimaksu määräytyy työtulon mukaan, joka olisi maksettava, jos saman tehtävän hoitaisi joku muu kuin yrittäjä itse. Keskimääräinen YEL-vanhuuseläkkeelle siirtyneiden kuukausieläke vuonna 2011 oli 1200 €/kk, joten yrittäjän kannattaakin harkita eläketurvansa parantamista vapaaehtoisin tai lakisääteisin järjestelyin. (Eläketurvakeskus 2014.)

Yrittäjällä ei ole työttömyysturvaa, ellei hän itse sitä järjestä. Yrittäjä voi halutessaan liittyä yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi. Jäsenmaksut määräytyvät työtulon perusteella. 30 000 €:n vuositulotasolla määräytyy jäsenmaksuksi keskimäärin 400 € vuodessa, kassan mukaan. Saadakseen työttömyyspäivärahaa tulee yrittäjän olla ollut kassan jäsen 18 kk,

jäää työttömäksi ja yritystoiminnan tulee olla lopetettu (poikkeuksin). Yritystoiminnan voidaan katsoa olevan lopetettu, kun yritys on myyty tai asetettu konkurssiin tai selvitystilaan. Muussa kuin osakeyhtiössä yritystoiminta katsotaan loppuneeksi, kun yhtiömiesten kesken on tehty sopimus yhtiön purkamisesta. (Holopainen 2013, 137–139.)

Työterveyshuollon yrittäjä joutuu järjestämään itse. Näin kannattaakin tehdä, koska ”Yrittäjä on yrityksen tärkein voimavara” (Suomen Yrittäjät 2014). Palvelut voi järjestää kunnallisessa terveyskeskuksessa, yksityisessä lääkärikeskuksessa tai työterveyshuollon ammattilaisen järjestämänä. Yrittäjä saa sairausvakuutuslain nojalla korvauksia Kelalta lakisääteisen ehkäisevän työterveydenhuollon järjestämisestä aiheutuneista kuluista kuten myös järjestäessään itselleen sairaanhoitoa tai muuta terveydenhuoltoa. Korvauksen määrä vuonna 2013 oli 50 % tai 60 %. Korvauksissa on kuitenkin vuosittainen maksimimäärä. (Kansaneläkelaitos 2014.)

Yrittäjällä ei ole lakisääteistä tapaturmavakuutusta, mutta tällaisen ottaminen on erittäin suositeltavaa, koska yrittäjän toiminta ja tulot keskeytyvät tapaturman sattuessa. Vaikka tulot keskeytyvät, menot pysyvät. Kaikki kiinteät kulut on hoidettava, vaikka yrittäjällä ei olisikaan mitään toimintaa. Pahimmassa tapauksessa toimitusten pitkittyessä tulee sanktioita myöhästymisistä. Yrittäjän tapaturmavakuutuksen voi ottaa joko vain työajalle tai vaihtoehtoisesti kattamaan myös vapaa-ajan. Yrittäjien tapaturmavakuutus kattaa tapaturmat ja ammattitaudit. Yrittäjällä ei ole työntekijän ryhmähenkivakuutukseen verrattavaa ryhmähenkivakuutusta, vaan tällainen tulee yrittäjän itse järjestää. (Holopainen 2013, 141–142.)

Yrittäjä saa Kelalta päivärahaa samoin kuin palkatut työntekijät. Yrittäjän sairaus- ja kuntoutuspäiväraha määräytyvät YEL-tulon mukaan. Yrittäjän sairauspäivärahaoikeus alkaa, kun työkyvyttömyys on jatkunut yhtäjaksoisesti 55 päivää. Tätä 55 päivän ”rahatonta” ajanjaksoa varten kannattaa yrittäjän varautua vapaaehtoisin vakuutuksin. (Holopainen 2013, 142–145.)

3.2.4 Työntekijät

Työnantajan velvoitteet ovat mittavat. Hyvä esimies on vastuullinen ja reilu niin työntekijää kuin edustamaansa yhtiötä kohtaan. Työnantajan velvollisuuksiin tulee tutustua huolellisesti ennen työntekijöiden palkkaamista. Työntekijöitä palkattaessa ovat kaikki työnantajat velvoitettuja noudattamaan toimialansa yleissitovaa työehtosopimusta, ellei työnantaja ole järjestäytynyt työnantajaliittoon ja noudata alallensa liittonsa määrittelemää työehtosopimusta. Työehtosopimuksessa määritellään työntekijää koskevat ehdot ja työolot, koskien työntekijän tekemää tai siihen rinnastettavaa työtä. (Holopainen 2013.), (Oikeusministeriö 2014.)

Työntekijöitä palkattaessa tulee tehdä työsopimus, joko kirjallisesti, suullisesti tai sähköisesti. Kirjallista työsopimusta suositellaan aina, koska siihen voidaan myöhemmin vedota erimielisyyksissä. Työsopimus voidaan tehdä toistaiseksi voimassaolevaksi tai määräaikaiseksi. Jos työsopimus on määräaikainen, tulee siihen olla perusteltu syy. Työsopimukseen on merkittävä koeajan pituus, mikäli sellainen on. Pisin mahdollinen koeaika on neljä kuukautta (varauksin). Jos työsopimuksesta ei selviä keskeiset työnteon ehdot, on työnantajan annettava niistä kirjallinen selvitys työntekijälle ilman eri pyyntöä ennen ensimmäisen palkanmaksukauden päättymistä. Selvitys voi olla muutakin kuin yksi dokumentti. asiat voivat ilmetä esimerkiksi työehtosopimuksesta tai asianomaisesta laista. (Työsuojeluhallinto 2014 a.)

Työnantajan on järjestettävä jokaiselle työntekijälle työeläkelain (TyEL) mukainen työeläkevakuutus (varauksin). TyEL-maksut maksetaan palkasta tai sen vastikkeesta. Eläkemaksuja ei tarvitse maksaa matkakorvauksista, työkalukorvauksista eikä päivärahoista. Maksuista kuuluu kummallekin, niin työnantajalle kuin työntekijälle, osansa. Pienen sopimus-työnantajan TyEL-maksut ovat vuonna 2014 keskimäärin 23,6 % palkasta. Maksu riippuu työnantajan koosta ja eläkeyhtiöiden asiakasalennuksista. Työntekijän osuus maksusta oli vuonna 2013 alle 53-vuotiailla 5,55 % ja yli 53-vuotiailla 7,05 % palkasta. Loppu jää työnantajan maksettavaksi. Työnantaja pidättää työntekijän palkasta tämän osuuden ja maksaa koko eläkemaksun vakuutusyhtiölle. Alkanee ja päättyneet työsuhteet on ilmoitettava vakuutusyhtiölle viipymättä. (Suomen Yrittäjät 2014 d.)

Työnantajan on otettava työntekijöilleen tapaturmavakuutus työtapaturmien ja ammattitautien varalta (varauksin). Vakuutusmaksun suuruus vaihtelee toimialan ja työn vaarallisuuden mukaan. Maksu on keskimäärin 1 % vuotuisesta palkkasummasta. Lopullinen maksu määräytyy siis maksettujen palkkojen ja työn vastuullisuuden mukaan. Työnantaja antaa palkkailmoituksen vakuutusyhtiönsä kunkin vuoden tammikuun loppuun mennessä. Työntekijän tapaturmavakuutus kattaa työssä, etätyössä, työpaikalla ja työmatkalla sattuneet tapaturmat sekä työn aiheuttamat ammattitaudit. (Suomen Yrittäjät 2014.)

Työnantajan on lain velvoittamana otettava työntekijöilleen ryhmähenkivakuutus. Vakuutuksen maksu vaihtelee yhtiöittäin. Vuonna 2013 maksu oli keskimäärin 0,07 % laskettuna samasta palkkasummasta kuin tapaturmavakuutus. (Työntekijäin ryhmähenkivakuutuspooli 2014.)

Työttömyysvakuutusmaksut kuuluvat niin työnantajalle kuin työntekijällekin. Maksut määräytyvät maksettujen palkkojen mukaan. Palkansaaja maksaa vuonna 2014 palkastaan 0,50 % työttömyysvakuutusmaksua. Työnantajan maksu vuonna 2014 on 0,75 % (varauksin) työntekijän palkasta. Työnantaja pidättää maksun työntekijän jokaisesta palkasta ja vastaa molempien osuuksien tilittämisestä Työttömyysvakuutusrahastolle. (Työttömyysvakuutusrahasto 2014.)

Työnantaja maksaa työntekijöilleen palkkaa. Yleisimpiä palkanmaksutapoja ovat kuukausi-, tunti-, urakka-, ja provisiopalkka. Maksettavan minimipalkan suuruus selviää vallitsevasta työehtosopimuksesta. Jos työnantaja ei ole sitoutunut maksamaan alan työehtosopimuksen mukaista palkkaa eikä alalla ole työnantajaa velvoittavaa yleissitovaa työehtosopimusta, on työnantajan maksettava, yleisesti vertailtuna, kohtuullisena pidettyä palkkaa. Kuitenkin vuonna 2013 laskennallinen minimikuukausipalkka oli vain 1134 €/kk.

(Suomen Yrittäjät 2014 a.)

Työnantaja pidättää ja toimittaa ennakonpidätyksen maksamistaan palkoista. Ennakonpidätyksen määrä selviää työntekijän verokortista. Työnantaja maksaa työntekijästä myös sosiaaliturvamaksua (Sotu). Sotu-maksu on kaikille työnantajille sama, vuonna 2014 se oli 2,14 % ennakonpidätyksenalaisten palkkojen yhteismäärästä. Työnantaja maksaa työnantajamaksut (ennakonpidätys ja sosiaaliturvamaksu) verotilille ja antaa verottajalle kausive-roilmoituksen. (Suomen Yrittäjät 2014 a.)

Työnantaja on työterveyshuoltolain nojalla velvoitettu järjestämään työterveyshuollon työntekijöilleen. Työterveyshuoltolain tarkoituksena on: ”työnantajan, työntekijän ja työterveyshuollon yhteistoimin edistää työhön liittyvien sairauksien ja tapaturmien ehkäisyä, työn ja työympäristön terveellisyyttä ja turvallisuutta, työntekijöiden terveyttä sekä työ- ja toimintakykyä työuran eri vaiheissa sekä työyhteisön toimintaa” (Työterveyshuoltolaki 21.12.2001/1383). Halutessaan työnantaja voi järjestää työterveyshuollon yhteyteen myös muita sairaanhoito- ja terveydenhuoltopalveluita. Näistä saa korvauksia Kelalta ja vähennyksiä verotuksessa (varauksin). (Suomen Yrittäjät 2014 e.)

Työnantaja on velvollinen pitämään työaikakirjanpitoa teettämistään työtunneista ja niistä maksetuista korvauksista. Työaikakirjanpito voidaan yhdistää palkkakirjanpitoon, kuitenkin pelkkä palkkakirjanpito ei riitä. Tämän voi hoitaa myös tilitoimisto muun kirjanpidon yhteydessä. Työaikakirjanpitoa on suositeltu säilytettävän 10 vuotta. (Holopainen 2013, 126.)

Kaikesta työsuojelusta työpaikalla vastaa työnantaja. Työturvallisuuslain velvoittamana työnantajan tulee huolehtia työntekijöiden turvallisuudesta ja terveydestä työssä. Huomioon on otettava työhön, työoloihin, työympäristöön sekä työntekijän henkilökohtaisiin edellytyksiin liittyvät asiat. Työnantajan on perehdytettävä työntekijä työpaikan oloihin, menetelmiin ja määräyksiin. Puutteita tai vaaroja havaittaessa on ryhdyttävä toimenpiteisiin näiden asioiden korjaamiseksi. Työntekijä on puolestaan velvollinen ilmoittamaan havaituista puutteista. (Työsuojeluhallinto 2014 b.)

Yhteistoimintalakia sovelletaan pääsääntöisesti yrityksiin, joissa työskentelee pääsääntöisesti 20 työntekijää. ”Yhteistoimintamenettely tarkoittaa sitä, että ennen kuin työnantaja ratkaisee yhteistoimintalain piiriin kuuluvan asian, hänen on neuvoteltava toimenpiteen perusteista, vaikutuksista ja vaihtoehdoista niiden työntekijöiden ja toimihenkilöiden tai henkilöstön edustajien kanssa, joita asia koskee.” (Holopainen 2013, 128). Yhteistoimintalain mukaan henkilöstölle tulee antaa vähintään kahdesti tilikaudessa tiedot yhtiön taloudellisesta tilasta. Ennen työvoiman vähentämistä, vaikkakin vain yhtä henkilöä koskien, on yhtiössä käytävä yhteistoimintaneuvottelut. (Holopainen 2013, 128.)

Pienyrittäjän tulee miettiä todella tarkkaan, onko hänellä varaa palkata työntekijää. Työntekijästä yrittäjälle aiheutuvat todelliset kustannukset vuoden ajalta, kuukaudelle laskettuna voi laskea ”pikakertoimella” (Suomen Yrittäjät 2014 b). 1,48 x työntekijän kuukausipalkka. Työntekijän kuukausipalkan ollessa 2500 € saadaan siten työnantajan kustannukseksi 3700 € kuukaudessa. Tästä saadaan keskimääräisen 21,5 kuukaosityöpäivän mukaan laskettuna 172 € päiväkustannukseksi. Tästä jos lasketaan pois vielä kahvi-, ruoka- ja mahdolliset tupakkatauot, jää työntekijälle tuottoisia työtunteja päivää kohden noin kuusi (edellyttäen, että yrittäjä ei näitä taukoja veloita asiakkaalta). Näin työntekijän asiakkaalta veloitetavan tuntihinnan pitää olla vähintään 29 € (alv 0 %). Jos lasketaan mukaan arvonlisäveroa 24 %, on tuntihinta 35,96 €, jotta päästään nollatulokseen. Tähän ei ole laskettu mukaan mahdollisia auto-, työkalu tai materiaalikuluja. Yrittäjä toivoo tietenkin työntekijän olevan myös tuottoisa, joten tuntituottavuuden tulee olla korkeampi kuin 29 € (alv 0 %). Uusi yrittäjä voi hakea tukea ensimmäisen työntekijän palkkakustannuksiin esimerkiksi ELY -keskuksista. (Holopainen 2013.), (Suomen Yrittäjät 2014 b.)

3.2.5 Kirjanpito

Kirjanpidolla tarkoitetaan todistusaineistoa yrityksen taloudellisista tapahtumista. Kirjanpito tulee järjestää luotettavalla tavalla. Uuden yrityksen suositellaan antavan kirjanpidon ammattilaisen hoidettavaksi. Kirjanpitoaineisto eli kuitit ja tositteet on säilytettävä kuusi vuotta ja niiden tuloksena syntynyt kirjanpito on säilytettävä 10 vuotta. Kaikkien liiketoimintaa harjoittavien on pidettävä kirjanpitoa. Kirjanpito muodostuu osista, kuten yrityksen tuotot, kulut, omaisuus, omat varat ja velat. Tuottojen ja kulujen erotuksesta lasketaan yrityksen kannattavuus. Yrityksen kirjanpidon on oltava ajantasainen. Kirjanpito perustuu tiliotteisiin, joista nähdään, miten raha on liikkunut, ja tositteisiin yrityksen ostoista ja laskutuksista. Tositteiden perusteella hoidetaan myös arvonlisäverotus. Kirjanpito jaksotetaan tilikausiin, jotka ovat yleensä 12 kk:n mittaisia. Näiltä jaksoilta laaditaan tilinpäätös, josta selviää yhtiön tase, tuloslaskelma ja liitetiedot. Toisin sanoen tilinpäätöksestä selviää yrityksen tulos ja taloudellinen asema. Tilinpäätös on tehtävä neljän kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. Tilitoimisto hoitaa kirjanpidon, alv-asiat, kausiveroilmoituksen, tilinpäätöksen ja sovittaessa palkka-asiat. Yrittäjälle jää laskujen maksu ja tositteiden keruu sekä niiden toimittaminen tilitoimistoon. (Holopainen 2013, 152–154.)

3.2.6 Verotus ja osingot

Suomessa maksetaan veroa lähes kaikesta. Suomessa saavat veroa kantaa valtio, kunnat ja evankelisluterilainen sekä ortodoksinen kirkko. Verot ovat joko välittömiä tai välillisiä veroja. Välittömiin veroihin kuuluu tulovero, perintövero, lahjavero, varainsiirtovero, kunnallisvero ja kirkollisvero. Välillisiin veroihin kuuluu arvonlisävero, valmistevero ja tulli. Tulovero jakautuu kahteen veroon: ansiotuloveroon ja pääomatuloveroon. Niitä voidaan verottaa joko progressiivisesti tai suhteellisesti. Yhtiömuotoa valitessa tulee ottaa huomioon niin yhtiöverotus kuin henkilöverotuskin. Näiden kokonaisuus määrää verotuksellisesti edullisimman yhtiömuodon. (Holopainen 2013, 146.)

Yhteisövero (osakeyhtiöt ja osuuskunnat) on suhteellinen. Vuonna 2014 yhteisövero on 20 %. Yhteisövero ei vaikuta osakkaiden verotukseen. Yhteisövero muodostuu yhtiön tuloksesta. Jos yhtiön tilikauden tulot ovat suuremmat kuin menot, syntyy yhtiölle tuloa. Osan menoista voi vähentää verotuksessa. Esimerkiksi ennen vuotta 2014 yhtiö pystyi vähentämään verotuksessa edustuskuluja, jotka muodostuivat yhtiön edustamisesta asiakkaiden keskuudessa eli toisin sanoen lounaista ja ravintolailloista. ”Verotettavan tulon laskeminen perustuu kirjanpitoon, mutta kirjanpidon ja verotuksen eroavaisuuksien vuoksi verotettava tulo voi poiketa kirjanpidon tuloksesta.” (Verohallinto 2014 c). Tästä tulosta maksetaan 20 % yhteisöveroa. Osakkaita verotetaan heidän nostaessaan yhtiöstä palkkaa tai osinkoa. Osakeyhtiö maksaa toiminnastaan etukäteen ennakkoveroa, joka lasketaan ennakoitun verotettavan tulon perusteella. Jos maksetut ennakot eivät kata koko tuloveron määrää, maksaa osakeyhtiö jäännösveroa. Jos ennakkoveroa maksetaan liikaa, saa yhtiö palautusta maksamistaan ennakoista. (Verohallinto 2014 c.)

Yrittäjä maksaa ansiotuloistaan (palkka) veroa. Tämä vero määräytyy tulojen ja veroprosentin mukaan. Veroon vaikuttavat valtionvero, kunnallisvero, kirkollisvero, sairaanhoitomaksut, päivärahamaksut ja yle-vero. Valtiolle maksettava vero on progressiivinen: mitä enemmän ansaitset, sitä isomman osuuden ansaitusta palkasta joudut maksamaan valtiolle. Kunnallis- ja kirkollisvero on suhteellinen. Jokainen maksaa saman prosenttiosuuden palkastaan veroa. Verokortissa merkitty veroprosentti on näistä yhteenlaskettu. Pääomatuloista maksetaan suhteellinen vero. 50 000 €:oon asti veroprosentti on 30 % ja siitä ylöspäin 32 %. (Verohallinto 2014 b.)

Omistajayrittäjä tai yrittäjäosakas voi nostaa osinkoa listaamattoman osakeyhtiön voitosta. Voitonjako tulee määrittää yhtiökokouksessa jokaisen tilikauden osalta erikseen. Vuodesta 2014 lähtien jaetusta osingosta 25 % on veronalaista pääomatuloa ja 75 % verotonta tuloa 150 000 €:oon asti, kunhan jaettu osinko on enintään kahdeksan prosenttia osakkaan osakkeiden matemaattisesta arvosta. 150 000 €:n ylittävästä osasta 85 % on veronalaista pääomatuloa ja 15 % verotonta tuloa. 150 000 €:n raja on osakaskohtainen. Jos osakkaalla on osuuksia useista yhtiöistä, lasketaan kaikkien näiden osingot yhteen. Mikäli osinko on enemmän kuin kahdeksan prosenttia osakkeen matemaattisesta arvosta, on ylimenevästä osasta 75 % osingon saajalle ansiotuloa ja 25 % verotonta tuloa. (Verohallinto 2014 d.)

Esimerkki: Tanelin yhtiön osakkeiden matemaattinen arvo on 135 2000 €. Hän nostaa osinkoa osakeyhtiöstään 82 000 €. Osingon ollessa alle 8 % ($0,08 \times 135\,2000 = 108\,160$ €) osakkeiden matemaattisesta arvosta ja myös alle 150 000 € on osingosta 25 % eli 20 500 € pääomaveron alaista tuloa joten Taneli maksaa veroa osingoistaan yhteensä $30\% \times 20\,500 \text{ €} = 6150 \text{ €}$. (Verohallinto 2014 d.)

3.3 Rahoitus uudelle yritykselle

Uuden yrityksen on nykyään todella vaikeaa saada rahoitusta toiminnalleen. Käytännössä yrittäjällä tulee olla omaa rahoitusta tai vakuutta saadakseen minkäänlaista lainaa. Pankkien kanssa asioidessa joutuu todennäköisesti vaihtamaan kaiken asiointinsa kyseiseen pankkiin, ja pankit painostavat vahvasti ottamaan vakuutuksia yhteistyökumppaneiltaan. Mikäli tällaiseen ei suostu, joutuu käytännössä hakemaan lainaa jostain muualta. Vaihtoehtoja harkitessa tulee huolellisesti tutustua ehtoihin ja pykäliin. Tuissa on paljon pois sulkevia ehtoja ja aina omarahoitusosuus.

Rahoitusta hakiessa tulee aina pystyä arvioimaan ennakkoon, mitkä ovat yhtiön kuukausittaiset menot ja tulot. Tätä varten tein kattavan Excel-taulukon, jolla pystyn laskemaan ennakkoon jopa koko vuoden odotetun voiton. Taulukossa otin huomioon kaikki kuviteltavat tuotteen valmistuskulut ja kaikki yhtiön toimintaan vaikuttavat kuviteltavat kulut sekä tuotteen myynnistä saatavat tulot.

Finnveralta voi hakea rahoitusta, lainaa tai lainatakauksia. Tekes myöntää rahoitusta uusien asioiden tai menetelmien kehittämiseen. ELY-keskus neuvoo ja tukee uusia yrittäjiä. TE-toimistot myöntävät palkkatukea ja starttirahaa. Muita vaihtoehtoja ovat Keksintösäätiö, Sitra (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto) ja muut sijoittajat sekä bisnesenkelit.

4 TUOTEKEHITYS

Ilman toimivaa ja houkuttelevaa tuotetta on koko projekti vailla pitävää pohjaa. Nykyään asiakkaat alallamme ovat hyvin vaativia. Veneilyn historian ollessa hyvinkin pitkä on markkinoilla nähty jo lähes kaikki. Tuotteen on oltava laadukas, käytännöllinen, kestävä, järkevän hintainen ja helposti personoitavissa. Uskomme, että huonossakin taloustilanteessa löytyy ihmisiä, jotka ovat valmiita sijoittamaan pitkäaikaiseen ja laadukkaaseen tuotteen.

4.1 Suunnittelu

Tuotteen suunnittelussa on otettava huomioon valtava määrä erilaisia muuttujia. Me annoimmekin veneemme rakenteen suunnittelun ammattilaisen käsiin. Siitä joutuu tietysti maksamaan, mutta uskomme tämän sijoituksen maksavan itsensä takaisin moninkertaisena. Me itse sanelimme veneen ulkonäön, sen mitä tekniikkaa siinä käytämme ja mitä ominaisuuksia haluamme siinä olevan. Suunnittelija tekee laskelmat, ”renderöinnit” ja CAD-kuvat. Veneen suunnittelussa tulee ottaa huomioon sen käyttäytyminen eri nopeuksissa ja keleissä, kuormattavuus, kestävyys, tuulen ja vesiroiskeiden liike, huollettavuus, huvivenedirektiivin mukaisuus ja tietenkin valmistettavuus. Hyvä suunnittelija ottaa huomioon eri osien ja materiaalien hinnat, saatavuuden ja valmistettavuuden. Moni suunnittelija tekee todella hyvänäköisiä veneitä, mutta he eivät ota huomioon sitä tosiasiaa, että veneet tehdään ajettaviksi ja käyttöön ja jonkun pitäisi myös valmistaa ne.

Suunnittelijaa valitessa on tärkeää katsoa referenssit kyseiseltä toimistolta ja pyytää nähtäväksi kuvia suunnittelijan piirtämistä malleista. On tärkeää, että asiakas ja suunnittelija ovat niin sanotusti samalla aaltopituudella. Suunnittelijan on mahdotonta tehdä hyvää työtä, jos hän ei ymmärrä, mitä asiakas haluaa. Hinta ja aika ovat myös olennaisia valintakriteereitä. Isojen valmistajien käyttämät suunnittelijat ovat kiireisiä ja monesti kalliita. Työtä tilatessa kannattaa sopia aikatauluja ja välitappeja suunnittelutyöhön. Suunnittelija sortuu helposti isompien asiakkaiden aikataulu- ja lisätyöpainostuksiin jättäen pienten ja uusien asiakkaiden projektit taustalle. Tällainen aiheuttaa hankaluuksia kaikille paitsi sille isolle asiakkaalle.

4.2 CE-merkintä

EU:ssa huviveneiden tulee olla varustettu CE -kilvellä, jonka valmistaja saa asentaa valmistamaansa veneeseen, jos se täyttää huvivenedirektiivin vaatimukset. Huvivenesäädökset saivat alkunsa EU-direktiivin muodossa vuonna 1996. Nykymuodossaan se on ollut voimassa 28.12.2013 lähtien. Veneessä oleva CE -merkintä kertoo, että valmistaja takaa tuotteen täyttävän EU-perusteiset terveys-, ympäristö- ja turvallisuusvaatimukset. CE-merkittyä tuotetta saa markkinoida koko EU/ETA-alueella ilman muita testejä. CE-hyväksynnän saa sertifioidulta testaajalta. (Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi 2014.)

4.3 Valmistus

Suunnitelmamme alun perin oli koota vene muutamasta esivalmistetusta komponentista, jotka olisimme tilanneet alihankkijoilta. Tämä toimintatapa olisi varmistanut taloudellisen riskin minimoinnin. Jos tilauksia ei olisikaan tullut tarpeeksi, emme olisi olleet sitoutuneet maksamaan palkkoja niin suurelle henkilökunnalle. Olemme saaneet tarjouksia veneen valmistuksesta kahdelta yhtiöltä. Kuitenkin näyttää siltä, että paikallisilla toimijoilla ei välttämättä ole tarpeeksi tuotantokapasiteettia ottaa tuotettamme niin sanotuksi ”kakkos-tuotteeksi” ja toisaalta tuotteemme ja menekkimme ei työllistä vielä tarpeeksi ollakseen kenenkään ”ykköstuote”. Näin ollen vaihtoehtojamme on tilata veneet koottuina ilman tekniikkaa paikallisilta toimijoilta ja toivoa, että ne ehtivät toimittaa meidän aikataulumme mukaisesti, tilata esivalmistetut osat muualta Suomesta tai valmistaa koko tuotteen itse laserleikatuista kappaleista.

Olemme suunnitelleet omaa tuotantolinjastoa jo jonkin aikaa, koska olemme aina pitäneet omatuotantoa yhtenä, joskaan ei ensisijaisena, vaihtoehtona. Meillä on selvillä tilan tarve, työkaluhankinnat ja linjaston pohjaratkaisu. Omatuotantoa varten olemme suunnitelleet kokoamisjärjestyksen ja jigien periaatteen kokoamista varten. Meillä on tiedossa osatoimitajat ja muut tarvittavat alihankkijat. Omatuotantoa varten joutuisimme palkkaamaan työntekijöitä.

4.4 Taloudellinen tarkastelu

Kun markkinoille tuodaan uusi tuote, jollaista ei vielä ole myynnissä, on kustannuslaskenta suoritettava erityisen tarkasti. Jälkikäteen hintoja ei voi enää nostaa, mutta alennuksia voi antaa aina. Kustannuslaskentaan tulee sisällyttää kaikki kulut jotka liittyvät tuotteen suunnitteluun, tuotantoon, markkinointiin, myyntiin ja mahdollisiin jälkikuluihin. Käytännössä yhtiön kirjanpidossa ei siis ole yhtäkään kuluerää joka ei liittyisi tuotteen kustannuksiin. Tuotteen taloudellisessa tarkastelussa tulee ottaa myös huomioon mahdolliset tuotekehityksen ongelmat ja tuotteen markkinoille saamisen viivästyminen. Nämä saattavat aiheuttaa merkittäviäkin lisäkuluja ja viivästyksiä. Näitä lisäkuluja varten tulee varautua riittäväällä käyttöpääomalla. Taloudellinen tarkastelu voidaan suorittaa esimerkiksi Excel-
taulukolla, johon on kerätty kaikki kustannukset. (Holopainen 2013.)

TiTo Boats Oy:n taloudellinen tarkastelu on tehty itse laaditulla Excel-taulukolla, joka käsittää seitsemän alisivua, ja jossa on eriteltyinä kaikki kuviteltavat kulut ja tulot liittyen yhtiön toimintaan ja veneiden valmistukseen. Nämä kulut Excel-taulukko kerää koon-
tisivulle josta näkee heti kulut, tulot ja voitot. (Kuvio 1).

TTTO Boats Oy talouslaskelma			
Kiinteät vuosikulut:		909 783,40 €	11,47 %
Työkalu- ja varustekulut/vuosi:		111 624,00 €	1,41 %
Materiaali, tekniikka ja alihankinta/80 venettä:		6 268 080,00 €	79,01 %
Työntekijäkulut/vuosi		643 392,00 €	8,11 %
Vuosikulut yhteensä		7 932 879,40 €	100,00 %
Tuotantomäärä vuodessa	80		
Tuloslaskelma			
2+4 Henkeä.			
Vene omakustannus		6 268 080 €	
Kiinteät kulut vuodessa		909 783 €	
Työkalukulut		111 624 €	
Työntekijäkulut		643 392 €	
Kulut yhteensä		7 932 879 €	
Myynti Alv. 0		64 516 129 €	
Saatu tulo alv. 0 vuodessa		56 583 250 €	
Yhteisöveron osuus		11 316 650 €	
Yrityksen voitto vuodessa yhteisöveron jälkeen		45 266 600 €	
Yrityksen voitto liikevaihdosta		91 %	
Veneen suunniteltu myyntihinta		1 000 000,00 €	
Veneen hinta ilman Alv:tä		806451,61	
Alv. %		24	
Yhteisövero %		20	

KUVIO 1. TiTo Boats Oy:n seitsensivuisen talouslaskelman koontisivu Excel-muodossa. Luvut muutettu yhtiösalaisuuden vuoksi.

4.5 Markkinointi ja myynti

Markkinointiin ja tuotteiden myymiseen vaaditaan ymmärrystä tuotteesta, asiakkaista, joille tuote suunnataan, ja nykyisistä markkinointiväylistä. Markkinointistrategian tulee olla mietittynä ja selvillä. Strategiaa on turha laatia, jos sitä ei aio noudattaa. Näihin asioihin tulee kiinnittää erityistä huomiota, koska jos kukaan ei tiedä tuotteesta, on aivan sama miten hyvä tuote on.

13.1.2014 kävin luennolla: ”Asiakaskeskeinen myynti ja markkinointi”, jonka piti Ljungars. Hän on sertifioitu ”John C Maxwell”-valmentaja, puhuja ja kouluttaja. Hänen mukaansa markkinoinnissa ja myynnissä tulee lähteä liikkeelle asiakkaan lähtökohdista. Hänen mukaansa tuotetta ei tule ajatella myytävänä tuotteena, vaan ongelmanratkaisijana ja lisäarvon tuojana. Myymisen tulisi aina olla asiakkaan auttamista, asiakkaan ongelmanratkaisua, ei myyjän kassan kartuttamista.

Ljungarsin mukaan tulee yhtiön, saadakseen asiakkaita, uskaltaa olla erilainen, omata intohimo siihen mitä tekee, herättää huomiota, yllättää ihmiset ja erottua joukosta. Yhtiön tulee pystyä muuttamaan toimintatapojaan, koska markkinat ovat jatkuvassa muutoksessa. Yhtiön tulee olla luotettava ja AINA toimittaa enemmän kuin lupaa, oli se sitten luvattua nopeampi toimitus tai kaupanpäälliset.

Saadakseen kontaktin asiakkaaseen yhtiön tulee markkinoida. Tätä varten, Ljungarsin mukaan, tulee segmentoida asiakkaat. Segmentoinnissa otetaan huomioon asiakkaiden ammatit, harrastukset, verkostot, yhteisöt, sosiaaliluokka ja maantieteellinen sijainti. Yhtiön tulee tehdä markkinointisuunnitelmat halutuille segmenteille ja noudattaa niitä. Yhtiön tulee olla siellä missä asiakkaat ovat ja olla siellä oikeaan aikaan, oikean tuotteen kanssa.

Asiakassegmentin mukaan, ovat Ljungarsin mukaan internet ja sosiaalinen media suurimmat markkinointiväylät. Sosiaalisesta mediasta hän toi esiin muutamia suosittuja vaihtoehtoja ja mielipiteitään niistä.

- Facebook on lähes kaikkien tuntema palvelu. Nyt on kuitenkin havaittavissa selkeää poissiirtymistä Facebookista, varsinkin nuorten keskuudessa.

- LinkedIn on yrittäjä- ja ammattilaisverkosto, jossa yhtiöt, yrittäjät ja ihmiset voivat verkostoitua. Jos myyt yrittäjille niin sinun tulisi olla LinkedIn:ssä.
- Instagram on kuvanjakamisverkosto ja yhteisö, joka on varsinkin nuorten keskuudessa nousussa.
- Twitter on yhteisö ja mikroblogipalvelu jonne käyttäjät lähettävät lyhyitä viestejään tai kertomuksiaan. Twitter on tasaisen suosion omaava palvelu.
- Blogit ovat ihmisten pitämiä ”internet päiväkirjoja” joita muut voivat lukea ja seurata. Blogien kiinnostavuus on pysynyt pitkään tasaisena.

Ljungars on sitä mieltä, että jos sosiaaliseen mediaan lähtee mukaan, mikä on yrittäjälle nykyään lähes pakollista, tulee siellä olla aktiivinen. Ihmiset janoavat uusia kuvia, uusia juttuja, tapahtumia ja kilpailuja. Sosiaalisessa mediassa tulee käyttäytyä asiallisesti ja ottaa kantaa asiakkaiden tekemiin kysymyksiin ja antamiin mielipiteisiin. Sosiaalisessa mediassa ei kuitenkaan pidä lähteä väittelemään ihmisten kanssa, koska se aiheuttaa negatiivisen kierteen. Sosiaalisesta mediasta saa ihmiset ohjattua helposti yhtiön internetsivuille. Tässäkin tulee ottaa huomioon se tosiasia, että ihminen kyllästyy nopeasti. Jos laskeutumissivu ei ole kiinnostava, Ljungarsin mukaan ihminen kyllästyy kolmessa sekunnissa ja vaihtaa muualle. Internetsivujen tulee Ljungarsin mukaan olla näyttäviä, paljon kuvia sisältäviä ja yksinkertaisia. Kuvat herättävät tunteita ja mielikuvia. Kuvilla voi antaa asiakkaalle haluamansa mielikuvan tuotteesta tai palvelusta. Sivustoilla tulee pystyä liikkumaan helposti ja loogisesti. Sivustoilla tulee pitää tekstit selkokielisinä ja lyhyinä. Syventävää tietoa voi olla tarjolla, mutta juurikaan ketään se ei kiinnosta aluksi.

Kun markkinointi on tehonnut ja asiakas on ottanut yhteyttä, on aika käynnistää myyntitapahtuma. Tähän valmistautuessa on hyvä ymmärtää muutamia asioita ihmisistä ja heidän luonteestaan. Ljungarsin mukaan ihmisellä on seitsemän päällimmäistä motiivia ostaessaan jotain.

1. Voitto: Asiakas toivoo saavansa rahallista hyötyä ostoksestaan.
2. Pelko: Pelon avulla myydään vakuutuksia ja turvallisuuspalveluita.
3. Huvi: Ihminen ostaa lomapaketin tai moottoripyörän saadakseen huvia.
4. Valta: Ihminen saattaa ostaa ison tontin tyydyttääkseen hallitsemisen tarvettaan.
5. Arvovalta: Ihminen ostaa ison ja loisteliaan talon, loistoauton tai merkkikellon.

6. Mukavuus: Ihminen ostaa valmiin talopakettin tai vaikkapa kynsihoidon.
7. ”Legacy”: Ihminen ajattelee jättävänsä jotain jälkipolville.

Näin ollen Ljungarsin mukaan ostotapahtuma perustuu lähestulkoon aina tunteeseen. Kun myyjä saa ensikontaktin ihmiseen, joka on ostamassa jotain tyydyttääkseen tunnettaan tai tarvettaan, on tärkeää, että ihminen osataan ottaa vastaan ja huomioida tunnetasolla. Ihmiset luottavat itsensä kaltaisiin ihmisiin, joten on tärkeää osata peilata asiakkaan käytöstä. Asiakkaan kohdatessaan myyjällä on 10 sekuntia aikaa saada ihminen ”luottamaan” itseensä. Ljungarsin mukaan on viisi eroteltavaa ominaisuutta, jotka helpottavat kontaktin luomista asiakkaaseen: visio, käytännöllisyys/realismi, yksimielisyys/yhteisymmärrys, karisma ja luotettavuus. Hänen mukaansa, jos myyjällä on neljä näistä viidestä, on hän vahvoilla. Asiakas haluaa alitajuisesti tietää, ostotilanteessa myyjän kohdatessaan, kolme asiaa:

1. Välitätkö minusta?
2. Voitko auttaa minua?
3. Voinko luottaa sinuun?

Ljungarsin mukaan kaikkia ihmisiä ei voi kohdata samalla tavalla, vaan tulee tunnistaa muutama erilainen ihmistyyppi ja heitä puhutellessa kannattaa käyttää lauserakenteita joiden on todettu soveltuvan tälle määrätulle ihmistypille. Hänen mukaansa tällaisia ihmistyyppejä ovat visuaalinen, auditiivinen ja kineettinen.

Visuaalisen ihmisen mielestä asioiden tulee näyttää hyvältä. Hän pitää kuvista. Hän näkee kokonaiskuvan paremmin kuin pienet yksityiskohdat. Visuaalista ihmistä puhutellessa voi sanoa: ”Tule, niin näytän sinulle” tai ”Katso millainen...”.

Auditiivinen (kuuntelevainen) ihminen tarvitsee sanoja, ei kuvia. Hänestä on tärkeää, että asiat kuulostavat hyvältä. Auditiivista ihmistä lähestyttäessä tulee keskittyä siihen, miten hänelle puhutaan ja miten hänen puhetapaansa peilataan (äänen voimakkuus, nopeus ja painotukset). Hänelle voi kertoa, miltä asiat kuulostavat.

Kineettinen ihminen haluaa koskettaa asioita. Elämykset ovat hänelle tärkeitä. Hän tekee päätökset ”vatsatunteella”. Hänelle voi sanoa: ”Kokeile, miltä tämä tuntuu”.

Kun tiedetään millaisen ihmistyyppin kanssa keskustellaan, on Ljungarsin mukaan helpompi säätää omaa käytöstään vastaamaan asiakkaan haluja, mielipiteitä ja odotuksia. Myyjän tulee olla asiakkaalle ”juuri se oikea” ihminen. Vaikka tuote on asiakkaan mielestä hyvä, voi kauppa jäädä tekemättä, koska myyjä ärsyttää tai tämä ei ole ”samalla aaltopituudella”. Ljungars antaa muutamia neuvoja myyntityöhön:

- Älä koskaan kuvittele tuntevasi asiakasta tai tietäväsi hänen asioitaan.
- Anna asiakkaan puhua itsestään. Se herättää luottamusta sinuun. Kysele.
- Ole intohimoinen. 50 % hyvästä myyntityöstä on sinun omaa intohimoasi. 40 % on sitä, mitä tuote/palvelu antaa. 7 % tulee siitä mitä sanot.
- Ole aito, läsnä, kohtelias ja nöyrä. Keskity asiakkaaseen.
- Älä koskaan väittele ihmisten kanssa. Kysy, miksi hän ajattelee niin.
- Kuuntele asiakasta ja anna hänen puhua loppuun. Esitä enemmän kysymyksiä, jotta hänen täytyy selittää, miksi hän ajattelee niin.
- Puhu selkeästi ja yksinkertaisesti. Älä käytä ammatti- tai sivistyssanoja. Ole asiakkaan tasolla tai alempana puhuessasi hänen kanssaan. Istu hänen vieressään, ei vastapäätä, ettei hän tunne oloaan kiusaantuneeksi tai uhatuksi.
- Älä myy pakolla kenellekään, sillä tuotteesi ei sovellu välttämättä kaikille. Kunniota asiakkaasi ja itsesi aikaa.
- Uskalla olla hiljaa.
- Aloita kalliimmasta ja karsi vaihtoehtoja.
- Jokainen on potentiaalinen asiakas.
- Jos lupaat jotain, tee se.
- Saa ihmiset nauramaan.

Ljungarsin mukaan vastaväitteitä tulee aina olemaan, ja näihin pitäisi varustautua ennalta ja pyrkiä ehkäisemään niitä. Kannattaa ennakoida mitä asiakas mahdollisesti tulee kysymään ja miettiä vastauksia valmiiksi. Esimerkiksi jos asiakas sanoo tuotteen olevan kallis, voi vastata: ”tämä on tehty kestäväksi” tai ”tuotteen takuu-aika on muita pidempi”. Ljungarsin mukaan asiakkaan esittäessä vastaväitteitä, ei pidä puolustella mitään, vaan aina esittää vastakysymys. Myyntitilanteen ollessa loppuillaan Ljungarsin mukaan tulee uskaltaa kysyä kaupan lyömisestä lukkoon. Jos asiakas kertoo haluavansa miettiä, pitää uskaltaa kysyä miksi. Ljungars ehdotti muutamia kysymyksiä:

- Anteeksi selitinkö jotain huonosti?
- Anteeksi oliko jotain, mitä olisitte vielä halunneet tietää?
- Anteeksi, mutta voinko ottaa yhteyttä myöhemmin?
- Anteeksi, mutta kuulen, että tämä on enemmän kuin olitte ajatellut maksaa. Arveluttaako tuotteessa jokin?

Vakioasiakkaat ovat tärkeitä. Ljungarsin mukaan tyytyväinen asiakas hoitaa markkinoinnin myyjän puolesta. Asiakkaalle voi soittaa ja kysyä hänen mielipidettään ja ehdotuksia palvelun parantamiseksi. Vakioasiakasta voi muistaa tarjouksin tai lahjoin. Asiakkaalta voi hänen mukaansa kysyä: ”Miten voin palvella Teitä paremmin?”. Ljungars muistuttaa lopuksi: ”Underpromise. Overdeliver.” (Ljungars 2014.)

Ljungarsin kurssista ja puheista voi vetää sen johtopäätöksen, että myynnin tulee lähteä asiakkaan tarpeista ja mielihaluista. Asiakas saadaan kiinnostumaan tuotteesta oikein suunnatulla, ajoitetulla ja välitetyllä markkinoinnilla. Sosiaalista mediaa tulee hyödyntää, ja internetsivujen tulee olla selkeät ja visuaaliset. Asiakas tulee ottaa vastaan oikealla tavalla ja asiakkaan kanssa tulee keskustella asiakkaan tasolla ja tyyllillä. Tätä varten tulee myyjän olla hyvä ihmistuntija. Asiakas tulee saada luottamaan myyjään ja asiakkaalta pitää uskaltaa kysyä lopuksi kaupan tekoa. Kaupat tehdään yleensä aina ”tunteen” perusteella, ja myyjän tulee ollakin asiakkaalle juuri se oikea ihminen. Asiakkaille luottamus on kaikki kaikessa, ja tyytyväinen vakioasiakas onkin kultaa arvokkaampi. Yhtiön tulee aina toimittaa ”enemmän” kuin lupaa.

Yhtiöllemme on muodostunut melko selkeä mainos- ja myyntistrategia. Aina on tietenkin parannettavaa, mutta uskomme suunnittelemiemme toimien olevan yhtiön alkutaipaleella riittäviä. Tuotantokapasiteetin kasvaessa ja valmistuksen saavuttaessa vakiintuneet toimitatavat aiomme lisätä markkinointia ja laajentua.

5 TUTKIMUS

Tätä projektia ja opinnäytetyötä varten oli elintärkeää saada selville, miten tuotteemme tullaan ottamaan markkinoilla vastaan, mihin hintaan sitä voisi myydä ja olisiko markkinoilla tilausta tämänkaltaiselle tuotteelle. Tätä varten päätettiin suorittaa tutkimus jälleenmyyjien ja asiakkaiden parissa.

5.1 Miten tutkimus suoritettiin

Tutkimus päätettiin tehdä pääasiallisesti Vene 2014 -messuilla Helsingissä, kvalitatiivisena tutkimuksena, haastatteleamalla veneiden jälleenmyyjä, viranomaistahoja ja muita mahdollisia käyttäjiä. Haastateltaville päätettiin antaa katsottavaksi yhtiön uusi esite, jossa on renderöityjä kuvia veneestä, sen tekniset tiedot ja yhtiön tietoja. Haastateltaville kerrottiin tuotteesta, samalla kun he tutustuivat esitteeseen. Heiltä päätettiin kysyä mielipiteitä tuotteesta teemoittain:

1. Ensivaikutelma ja mitä tunteita tuote ja esite herättävät.
2. Mielipide tuotteen ulkonäöstä ja kiinnostavuudesta.
3. Mielipide tuotteen mahdollisuuksista ja tekniikasta.
4. Ehdotus tuotteen hinnaksi ja perustelu miksi.
5. Ostaisitko tämän tuotteen, jos olisit hankkimassa venettä. Perustelu miksi.

5.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Laadullinen tutkimus keskittyy keräämään ennemminkin subjektiivista kuin objektiivista tietoa muutamien eri tutkimusmetodein. Yleensä kvalitatiivinen tutkimus tuottaa todella yksityiskohtaista tietoa. Yhteistä kaikille kvalitatiivisen tutkimuksen metodeille on se, että tutkijan tulee todella uppoutua aiheeseen ja sisäistää se tarkasti. Tutkimus voidaan suorittaa osallistumalla tutkittavan kohteen toimintaan ja tarkkailemalla sitä, suoralla tarkkailulla, haastatteluilla tai tapauskohtaisesti. Kvalitatiivinen tutkimus antaa hyvin laajan tutkimustulosmateriaalin, josta tutkija joutuu esimerkiksi teemoittamalla keräämään tulokset yhteen.

Näillä menetelmillä tehdyt tutkimukset tuottavat erittäin paljon seulottavaa materiaalia ja tämän vuoksi kvalitatiivinen tutkimus on usein hyvin kallis ja näin ollen myös vaikeasti rahoitettavissa. Esimerkiksi videoidussa haastattelututkimuksessa voi seulottavaa materiaalia tutkimuksen mukaan olla useita vuorokausia. Tällaisessa tutkimuksessa saattaa olla vaikeaa saada täsmällisiä vastauksia ihmisten erilaisen ulosannin vuoksi. Tämä koettelee tutkijan objektiivisuutta, ja monesti on väitettykin, että kvalitatiivinen tutkimus ei anna tarkkoja tuloksia vaan tutkijan mielipiteen. (Research Methods Knowledge Base 2006.)

5.3 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen tulokset on esitelty teemakohtaisesti, ja vastaajan kommentti on mukana tuloksissa, mikäli hän kykeni tai halusi vastata kysymykseen. Haastatteluja tehtiin yhdeksän ja vastaajat identifioidaan V1(ensimmäinen vastaaja)–V9(yhdeksäs vastaaja).

1. Ensivaikutelmasi tuotteesta ja esitteestä ja mitä tunteita tuote ja esite herättävät?

”Tuote ja esite ovat mielenkiintoisia ja positiivisia. Eihän tällaista venettä ole vielä kellään! Minä muuten otan tämän esitteen. Tämä tulee varmasti menestymään.”
(V1)

”Oho! Veneen kuvat ovat erikoisia ja kysymyksiä herättäviä. Olisin laittanut kuvat hieman eri järjestykseen ja tuonut veneen erikoisominaisuuksia enemmän esiin saadakseni aikaan heti lähtemättömän vaikutuksen. Tuote tulee varmasti herättämään mielenkiintoa ja jakamaan mielipiteitä. Nyt on todellakin jotain aidosti uutta, tämä on kultakimpale!” (V2)

”Tuote on hieno ja pidän ajatuksesta, että sillä voi helposti kuljettaa mönkijää. Konseptissa on paljon uutta ja se voi hyvinkin lyödä läpi. On hyvä, että tuote eroaa täysin muista ja ettei tuotteella ole suoraa kilpailijoita.” (V3)

”Tämä(vene) on futuristinen ja innovatiivinen, mutta tätä saattaa olla vaikea myydä, koska ihmiset ovat niin tottuneet samanlaisiin veneisiin. Idea ja tuote ovat hyviä.” (V4)

”Tämä on futuristinen ja erilainen. Meilläpäin(Häme) saattaa olla vaikeaa herättää ostajien mielenkiintoa, koska tämä on niin erilainen.” (V5)

”Meidän saaristokäyttöön näitä ei kukaan osta.” (V6)

”Olen kyllä todella kiinnostunut. Kai minä saan tämän esitteen? Tulen kyllä ehdottomasti koeajolle.” (V7)

”On kyllä hyvä kokonaisuus. En ole missään vielä tällaiseen törmännyt.” (V8)

2. Mikä on mielipiteesi tuotteen ulkonäöstä ja kiinnostavuudesta?

”Vene näyttää futuristiselta.” (V1)

”Vene on maskuliinisen ja rohkean näköinen omalla mielenkiintoisella tavallaan. Heti huomaa, että kyse on erilaisuudesta!” (V2)

”Vene on linjakas, mutta nämä laajat pinnat(kyljet) voisi peittää maalauksilla ja teippauksilla. Nämä yksiväriset mallit ovat pliisuja ja näihin kyllä kaipaisi rajua teippausta. (V5)

”Minusta tämä muistuttaa sitä yhtä ruotsalaista venettä, mikä se nyt oli? Hyvännäköinen.” (V7)

”Tämä näyttää niiltä nopeilta purjeveneiltä joissa on se avonainen perä. Hyvännäköinen. Targakaari on hieno. (V8)

3. Mikä on mielipiteesi tuotteen mahdollisuuksista ja tekniikasta?

”Veneen ja lisävarusteiden mahdollisuudet on rajattomat, koska tämä on niin muunneltava ja monipuolinen. Tämä antaa kyllä todella mahtavat mahdollisuudet kaikkeen käyttöön.” (V1)

”Olen kyllä vaikuttunut tästä tekniikasta ja lisävarusteista. Tämä kiinnityskiskojärjestelmä on mahtava, se on ideaalinen innokkaalle veneenvarustajalle. Paino tässä on hyvä trailerikäyttöön. Toivottavasti tähän tulee sellainen traileri mikä on nopea käyttää ja missä veneen voi säilyttää suojassa talven yli. Tämä takatila on hyvä. On tosi helppo kulkea veneeseen.” (V2)

”Tällainen tunnettu moottorimerkki on tosi hyvä luotettavan kuvan kannalta.” (V3)

”Veneeseen on tosi helppo nousta. Nämä laajat muunneltavuusmahdollisuudet on hyvät.” (V5)

”Tämähän on tosi monikäyttöinen. Hyvät ominaisuudet (pohjan v-kulma ja moottori). Tässä on hyviä teknisiä ratkaisuja.” (V7)

”Targakaari on ideaalinen wakeboardin vetämiseen. Näin jyrkällä v-pohjalla saattaa olla hyötyä ballastitankeista jos haluaa oikeanlaisen peräaallon wakeboard-hommiin, toki Suomessa ei ole montaa niin ammattimaista wakeboardaajaa jotka sitä vaatii. Tämä jyrkkä v-pohja on hyvä kovassa kelissä. Tämä on hyvä, kun painopistettä ja varusteita voi siirtää. Tämän avonaisen takatilan ansiosta tämä on juuri hyvä kalastukseen. Tämä sopii hyvin wakeboard käyttöön. (V8)

”Tämä näyttää ehkä vähän pieneltä suurten sukellusryhmien käyttöön, mutta sellaisille pienille ryhmille tämä sopii hyvin jotka siirtävät venettä trailerilla eri kohteisiin.” (V9)

4. Mikä on ehdotuksesi tuotteen hinnaksi ja perustelusi miksi?

”Ehkä se voisi asettua jonnekin 60- ja 70 tuhannen väliin. Tässä on kuitenkin sen verran erikoista tekniikkaa, että kyllä tästä sen verran joutuu maksamaan.” (V1)

”Hintaa en osaa sanoa, mutta tästä pitäisi saada tavallinen- ja premiumversio erikseen, jotta tavallisillakin ihmisillä olisi tähän varaa. (V2)

”Aluksi hinnan voisi asettaa jonnekin 80 tuhannen euron paikkeille.” (V3)

”Kyllä tämän hinta pitäisi huvivenepuolella jäädä reilusti alle 100 tuhannen euron ja silloinkin pitäisi olla kattavasti elektroniikkaa mukana vakiovarusteena.” (V7)

5. Ostaisitko tämän tuotteen jos olisit hankkimassa venettä? Miksi?

”Ostin viimeksi näköjään väärän veneen. Tällainenhan sen olisi pitänyt olla. Ostan tällaisen parin vuoden kuluttua kunhan lapset hieman kasvavat.” (V2)

”En ostaisi. Minulle ei käy mitkään muut kuin puuveneet.” (V3)

”En ole koskaan omilla rahoilla ostanut venettä, mutta kyllä tätä voisi työkäytössä käyttää.” (V7)

Yhteenvedona näiden haastatteluiden perusteella on tultu siihen tulokseen, että tuotes- tamme ollaan pääasiallisesti kiinnostuneita ja positiivisella kannalla. Tästä otannasta 88,9 % oli sitä mieltä, että tuote on hyvä ja moneen käyttöön soveltuva. Moni kehui tuotteen ulkonäköä tai piti siitä. Jotkut halusivat ulkonäköön enemmän räväkkyyttä. Jotkut olisivat valmiita ostamaan tuotteen ilman koeajoa ja jotkut tulemaan koeajolle. 11,1 % oli sitä mieltä, että tuotetta ei kukaan heillä päin osta. Hintaa haastatteluiden perusteella on vaikea määrittää, mutta hintahaitari asettui 60 000:n ja 90 000 euron välille. Tämän kyselyn perus- teella todettiin, että tuotteellemme on kysyntää markkinoilla. (Tutkimuksen haastattelu- nauhoitteet 2014.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tätä opinnäytetyötä tehdessä ovat silmäni niin sanotusti avautuneet. Olen oppinut paljon kaikesta, mitä tässä opinnäytetyössä on käsitelty. Olen saanut laajan käsityksen Suomen veneteollisuudesta ja sen tilanteesta. Olen oppinut paljon suomalaisista yhtiömuodoista, niihin liittyvistä perustamistoimista, osakeyhtiön rakenteesta ja toiminnasta, yrittäjyydestä, henkilöstöasioista, vakuutuksista, riskienhallinnasta, verotuksesta, rahoituksesta, direktiiveistä, suunnittelusta, alumiinituotteiden valmistuksesta, moottori- ja propulsiotekniikasta, B to B -toiminnasta, markkinoinnista ja myynnistä.

Olen oppinut paljon ihmisten toimintatavoista ja motiiveista. Kaikki ei ole aina sitä, miltä näyttää. Monessa asiassa tulee olla varauksellinen ja varovainen. Toiset asiat taas vaativat suoraa ”päälle käymistä” ja tiukkaa otetta. Ihmisiä pitää pystyä lukemaan ollakseen menestyvä keskustelussa kuin keskustelussa. Mitä enemmän tietää ihmisluonteesta ja ihmisten motiiveista, sitä paremmin selviää kaikilla aloilla. Kaikkien asioiden tulee olla valmiiksi mietittyinä, varasuunnitelmia myöten. Se on selvää, että mitään täällä ei saa, ellei sitä itse ota tai vaadi.

Tutkimuksen pääongelma oli: Millainen on uuden venetyypin kehitysprosessi? Tämän opinnäytetyön edetessä tämä prosessi on käyty läpi ja esitelty. Tämän projektin ja sitä käsittelevän opinnäytetyön ja tutkimuksen aikana on vastattu kysymykseen: Onko markkinoilla tilausta tuotteellemme? Vastaus: On. Tutkimuksessa saadut positiiviset mielipiteet vakuuttavat ja kannustavat jatkamaan eteenpäin. Mieleenpainuvimpina vastauksina olivat: *”Eihän tällaista venettä ole vielä kellään!” (V1).* *”Oho! Tämä on kultakimpale!” (V2).* Työn tuloksena on syntynyt TiTo Boats Oy, joka tuottaa tulevaisuudessa omanlaisiaan veneitä (kuvio 2) määrätyleiselle asiakassegmentille Suomen ja ulkomaisille vesille. TiTo Boats Oy on piirua vaille valmis tuotannon ja myynnin aloittamiseen.



KUVIO 2. Tito Boats, malli T². Renderöity mainoskuva.

LÄHTEET

Anytec Boats Ab. 2014. . Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.anytec.fi/>. Luettu 10.1.2014.

Buster. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.buster.fi/en/mainpage>. Luettu 10.1.2014.

Eläketurvakeskus. 2014. Eläkejärjestelmät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.etk.fi/fi/service/yel-yritt%C3%A4j%C3%A4t/237/yel-yritt%C3%A4j%C3%A4t>. Luettu 16.1.2014.

Finikor, Suomen Ruosteenestoliikkeiden Osuuskunta. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finikor.fi/>. Luettu 10.1.2014.

Finnboat ry. 2013. Lehdistöiedote 8.2.2013. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.finnboat.fi/fi/fi_3_3_read.html?Id=1360243572.html. Luettu 31.1.2014.

Finnboat ry. 2014. Finnboat news 1/2014. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.finnboat.fi/linked/fi/Finnboat_News_1-2014_PY_netti.pdf. Luettu 22.3.2014.

Haltica Oy. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.alutroll.fi/index.php>. Luettu 10.1.2014.

Holopainen, T. 2013. Yrityksen Perustamisopas. 22., uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Juha Snell Oy. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.faster.fi/index.php>. Luettu 10.1.2014.

Kansaneläkelaitos. 2014. Yrittäjän työterveyshuolto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kela.fi/tyoterveyshuolto-yrittaja>. Luettu 16.1.2014.

Kewatec Aluboot Oy Ab. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.kewatec.fi/etusivu/>. Luettu 10.1.2014.

Konekesko Oy. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yamarin.com/fi/YamarinCross/>. Luettu 10.1.2014.

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. 2014. Huvivenedirektiivin yleiskuvaus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.veneily.fi/venetekniikka/huvivenedirektiivi/direktiivin_yleiskuvaus. Luettu 20.1.2014.

Ljungars, J. 2014. Nauhoite kurssista: asiakaskeskeinen myynti ja markkinointi. Jeanette Ljungars. 13.1.2014. Kokkola.

Oikeusministeriö. 2014. Työehtosopimukset. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/viranomaiset/tyoehto/>. Luettu 16.1.2014.

Osuuskuntalaki 14.2.2013/421. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2013/20130421?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=osuuskuntalaki>. Luettu 14.1.2014.

Oy Nordic Boats Ltd. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.sunde.fi/>. Luettu 10.1.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014 a. Hyödyllisyysmallit. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/hyodyllisyysmallit.html>. Luettu 15.1.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014 b. Mallioikeudet. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/mallioikeudet.html>. Luettu 15.1.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014 c. Patentit. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/patentit.html>. Luettu 15.1.2014.

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014 d. Tavaramerkit. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/fi/tavaramerkit.html>. Luettu 15.1.2014.

Research Methods Knowledge Base. 2006. Qualitative Measures. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.socialresearchmethods.net/kb/qual.php>. Luettu 26.3.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 a. Palkanmaksu. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/palkanmaksu/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 b. Palkkalaskuri. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/palkkalaskuri/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 c. Tapaturmavakuutus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/tapaturmavakuutus/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 d. TYEL-eläkevakuutus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/tyonantajamaksut/tyelvakuutus/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 e. Työterveyshuolto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/tyoterveyshuolto/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 f. Tärkeitä lukuja 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/tyonantajanabc/tyonantajamaksut/tarkeitalukuja/>. Luettu 17.1.2014.

Suomen Yrittäjät. 2014 g. Yrittäjän työterveyshuolto. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/syty2000/>. Luettu 16.1.2014.

Terhi Tec Oy. 2014.. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.silverboats.fi/>. Luettu 10.1.2014.

Tracker Marine Group. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.trackerboats.fi/index.php>. Luettu 10.1.2014.

Tutkimuksen haastattelunauhoitteet 2014.

Työntekijäin ryhmähenkivakuutuspooli. 2014. Työntekijäin ryhmähenkivakuutus. Www-dokumentti. Saatavissa: (<http://www.trhv.fi/fi/vakuutuskuvaus/>). Luettu 17.1.2014.

Työsuojeluhallinto. 2014 a. Työsopimus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tyosuojelu.fi/fi/tyosopimus>. Luettu 16.1.2014.

Työsuojeluhallinto. 2014 b. Työsuojelutoiminta työpaikalla. Www-dokumentti. Saatavissa: (<http://www.tyosuojelu.fi/fi/tyosuojelutoiminta>). Luettu 17.1.2014.

Työterveyshuoltolaki. 21.12.2001/1383. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011383>. Luettu 17.1.2014.

Työttömyysvakuutusrahasto. 2014. Vakuutusmaksujen perintä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tvr.fi/fi/vakuutusmaksut/maksuprosentitjaerapaivat/>. Luettu 17.1.2014.

Verohallinto. 2014 a. Arvonlisävero. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_ yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ ja_ osuuskunta/Arvonlisaverotus. Luettu 15.1.2014.

Verohallinto. 2014 b. Miten veroprosentti lasketaan. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Verokortti/Miten_ veroprosentti_ lasketaan%2810967%29. Luettu 20.1.2014.

Verohallinto. 2014 c. Osakeyhtiön tuloverotus. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_ yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ ja_ osuuskunta/Tuloverotus. Luettu 20.1.2014.

Verohallinto. 2014 d. Osingot listaamattomasta yhtiöstä. Www-dokumentti. Saatavissa: (http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Sijoitukset/Osakkeet_ ja_ osingot/Osingot_ listaamattomasta_ yhtiosta%2811937%29). Luettu 20.1.2014.

XO Boats. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.xoboats.fi>. Luettu 10.1.2014.